

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ASESORÍA Y
CONSULTORÍA ADMINISTRATIVA EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL
E HISTÓRICO DE SANTA MARTA**

**CARLA MARÍA DE VEGA RAMOS
JORGE ENRIQUE TRESPALACIOS VELÁSQUEZ**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA, D.T.C.H.**

2003

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ASESORÍA Y
CONSULTORÍA ADMINISTRATIVA EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL
E HISTÓRICO DE SANTA MARTA**

**CARLA MARÍA DE VEGA RAMOS
JORGE ENRIQUE TRESPALACIOS VELÁSQUEZ**

**Memoria de Grado para optar al título de Administrador de Empresas con
énfasis en Finanzas y Sistemas**

**Director
REINALDO ESTRADA FLÓREZ**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA, D.T.C.H.**

2003

Nota de aceptación

.....
.....
.....
.....



.....
Firma del presidente



.....
Firma del jurado

.....
Firma del jurado

Santa Marta, _____

Dedico A:

A Dios.

Mis padres, Julio Trespacios y Luz Velásquez, por su apoyo y comprensión.

Mis hermanos, Jhon y Liliana.

Mi esposa, Carla, porque sin su ayuda, no habría sido posible culminar mis estudios.

Mi hija, Mariangel quien fue fuente de mi inspiración.

Jorge Enrique

Dedico a:

A Dios.

Mis padres, Rafael De Vega y Alba Ramos, por su apoyo y comprensión.

Mis hermanos Luis, Margareth y Clara.

Mi esposo, porque sin su ayuda, no habría sido posible culminar mis estudios.

Mi hija, Mariangel quien fue fuente de mi inspiración.

Mis profesores, amigos y compañeros, los que de una u otra forma me colaboraron en el desarrollo de los estudios como profesional.

Carla De Vega

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos a:

DIOS, por estar siempre a nuestro lado colmándonos de bendiciones.

La Universidad del Magdalena, por brindarnos la oportunidad de ser miembros activos de la comunidad universitaria haciendo posible nuestra formación profesional.

Al cuerpo docente del programa de Administración de Empresas por transmitirnos sus conocimientos y experiencias.

Reinaldo Estrada, Administrador de Empresas, Director de la Memoria de Grado

Juan Etelberto Sepúlveda Orrego, Esp. en Marketing, Esp. en Economía Solidaria, Ingeniero Agrónomo. Docente Asociado de la Universidad del Magdalena y Evaluador de esta Memoria de Grado, quien con sus consejos recomendaciones permitió en el desarrollo exitoso de esta investigación.

José Flórez, Administrador de Empresas, quien además de su gran colaboración en la ejecución de la Memoria de Grado en su rol como Jurado Evaluador de la

misma, impartió en nuestra formación conocimientos valaderos para nuestro desarrollo y crecimiento como profesionales en el área de la Administración de Empresas.

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	xvi
SUMARY	xvii
INTRODUCCIÓN	18
0.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
0.1.1 Planteamiento del problema	19
0.1.2 Formulación del problema	20
0.2 OBJETIVOS	21
0.2.1 Objetivo general	21
0.2.2 Objetivos específicos	21
0.3 DELIMITACIÓN DEL ESPACIO TEMPORAL Y GEOGRÁFICO	22
0.3.1 Delimitación del espacio temporal	22
0.3.2 Delimitación del espacio geográfico	22
0.3.3 Duración estimada	23
0.3.4 Forma de observar la población	24
0.4 JUSTIFICACIÓN	24
0.5 MARCO TEÓRICO Y LEGAL	26
0.5.1 Marco teórico	26
0.5.2 Antecedentes	42

0.5.3	Marco legal	44
1	ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL	46
1.1	ENTORNO DEMOGRÁFICO	46
1.1.1	Análisis de la tasa de crecimiento de la población y del proceso de migración (Santa Marta)	46
1.2	ENTORNO ECONÓMICO	48
1.3	ENTORNO SOCIAL	49
1.3.1	Indicadores de pobreza	49
1.3.2	Déficit de vivienda	49
1.3.3	Servicios públicos domiciliarios	50
1.3.4	Servicios sociales	51
1.3.5	El empleo	53
1.3.6	Organización y liderazgo social	53
1.3.7	Factores de riesgo de la población	53
1.4	ENTORNO POLÍTICO	54
1.5	ENTORNO CULTURAL	54
1.5.1	Caracterización de las culturas de la costa	54
1.5.2	La diversidad cultural	54
1.6	ENTORNO JURÍDICO	55
1.7	ENTORNO TECNOLÓGICO	57
1.8	ENTORNO ECOLÓGICO	57
2	ANÁLISIS DEL MERCADO (OFERTA Y DEMANDA) EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E HISTÓRICO DE SANTA MARTA	60

2.1	LA OFERTA DEL SERVICIO DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS	60
2.2	DEMANDA POTENCIAL DEL SERVICIO DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS EN SANTA MARTA	60
3	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES DE LA EMPRESA	62
3.1	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	62
3.1.1	Nombre de la empresa	62
3.1.2	Razón social de la empresa	62
3.1.3	Propietarios	62
3.1.4	Domicilio	62
3.1.5	Recursos de la empresa	62
3.1.5.1	Recurso humano	62
3.1.5.2	Recursos financieros	63
3.1.5.3	Recursos tecnológicos	64
3.1.6	Estructura organizacional de la empresa	64
4	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	66
4.1	GASTOS DE CONSTITUCION	66
4.2	NÓMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO	66
4.3	COSTO MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	67
4.3.1	Gastos por depreciación mensual de muebles y equipos de oficina	67
4.4	DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS	69
4.5	GASTOS DE VENTA	72
4.6	COSTO DE LAS ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS	72
4.7	ANÁLISIS DEL MARGEN DE UTILIDAD	73

4.8	DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	74
4.9	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	77
4.9.1	Balance general inicial proyectado	77
4.9.2	Estado de resultados proyectado	77
4.9.3	Flujo de efectivo proyectado	77
5	CONCLUSIONES	82
6	RECOMENDACIONES	84
	BIBLIOGRAFÍA	85
	ANEXOS	89

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Esquema secuencial técnicas de formulación y evaluación de proyectos	32
Figura 2. Organigrama de la empresa de Asesorías Y Consultorías	65

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Estimación de la población en Santa Marta, según sexo y zona	47
Tabla 2. Cantidad de micro y pequeñas empresas existentes en la ciudad de Santa Marta	47
Tabla 3. Capital humano necesario para la creación de la empresa de asesorías y consultorías, en el Distrito de Santa Marta	63
Tabla 4. Recursos tecnológicos necesarios para la iniciación de las de actividades de la empresa de asesorías y consultorías en el Distrito Santa Marta	64
Tabla 5. Inversiones en activos intangibles	66
Tabla 6. Costos mensuales por concepto: Nómina de personal Administrativo	67
Tabla 7. Costos por concepto: adquisición de muebles y equipos de Oficina	68

Tabla 8. Depreciación mensual de muebles y equipos de oficina	69
Tabla 9. Costos fijos mensuales establecidos para la prestación del servicio de asesorías y consultorías	70
Tabla 10. Otros Gastos Administrativos (Primer año de operaciones)	70
Tabla 11. Gastos Administrativos –Gastos fijos- (Primer año de operaciones)	71
Tabla 12. Amortización gastos diferidos	71
Tabla 13. Otros Gastos de ventas (Primer año de Operaciones)	72
Tabla 14. Balance general inicial proyectado	78
Tabla 15. Estado de resultados proyectado	79
Tabla 16 Flujo de caja proyectado	80

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta realizada a las directivas de las micro y pequeñas empresas del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta	90
Anexo B. Encuesta realizada a las empresas de Asesoría y Consultoría en el Distrito de Santa Marta	93
Anexo C. Documentación legal en la constitución de empresas en Santa Marta	96

RESUMEN

Resultó dispendioso haber formulado una investigación bajo todos los parámetros metodológicos, en especial aquellos concernientes con la investigación de mercados orientados bajo el método analítico – descriptivo y con la utilización de herramientas básicas necesarias para iniciar un proceso investigativo en especial, cuando el determinar la viabilidad de un proyecto de inversión se trata.

Los resultados del trabajo demuestran la viabilidad administrativa, técnica y financiera para la constitución de una empresa de Asesorías y consultorías Administrativas en el Distrito turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.

Para determinar la factibilidad financiera, se utilizaron herramientas importantes como los Estados Financieros Contables (Balance General Proyectado, Estado de Resultados Proyectado, y Flujo de Caja Proyectado)

SUMMARY

It was costly to have formulated an investigation under all the methodological parameters, especially those concerning ones with the investigation of markets guided under the analytic method - descriptive and with to use of necessary basic tools to begin an investigative process especially, when determining the viability of an investment project is.

The results of the work demonstrate the administrative viability, technique and financial for the constitution of a company of Consultantships and you would consult Administrative in Santa Marta's tourist, Cultural and Historical District.

To determine the financial feasibility, important tools were used as the States Countable Financiers (Projected General Balance, Projected State of Results, and Projected Flow of Box)

INTRODUCCIÓN

Entre los valores más importantes de la sociedad moderna, que tuvieron origen por la revolución industrial del siglo XVII, está la empresa; la cual fundamentalmente son organizaciones intermedias de la sociedad “ a la familia y a la iglesia “.

La importante función que representa la empresa en la actualidad, es la capacidad que tiene de crear riqueza por la producción de bienes y servicio, así como por su función humanística de integración y de formación; como la de proporcionar conocimiento, crear tecnología, realizar una labor social, y muchas otras más; que sería interminable enumerar pero destaca según el sentir universal, la oportunidad que da al ser humano que en ella desempeña, a tener un sentido de pertenencia y de realización a través de sus logros y satisfacciones que le dan a éste un mayor sentido a su vida.

Es por esos valores fundamentales, que se da la importancia de velar por la permanencia y desarrollo de la empresa, que en su nombre lleva la función, y que define una de las más importantes, que es la de “emprender”.

Hoy en día, es lamentable ver como una empresa, en cualquier ramo en que se encuentre, cierre sus puertas por ineficiente o por haber sido mal manejada, o

porque perdió competitividad, o porque no supo o pudo actualizarse, y así perder capacidad de producir riqueza, utilidades y por ende, su función.

Con base en la carrera de Administración de Empresas, los autores del presente proyecto, han decidido emprender el camino hacia el mundo empresarial, partiendo de un previo estudio de factibilidad socioeconómica, y teniendo en cuenta estudios previamente realizados del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Magdalena, con el fin de crear un ente económico dedicado a las asesorías y consultorías en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, promoviendo así la generación de empleo a profesionales del área; como también, siendo participes y coadyuvando a las empresas que lo requieran, al mejoramiento de sus procesos buscando la permanencia de éstas en el mercado del sector en el cual se desenvuelvan.

0.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

0.1.1 Planteamiento del problema. Actualmente, debido a los múltiples acuerdos internacionales y a la presencia de empresas extranjeras en el territorio nacional, se ha venido presentando una situación de incertidumbre entre los empresarios colombianos, en especial los micro y pequeños empresarios, ante lo que puedan lograr o no al tomar la iniciativa de conformar entes económicos con proyección futurista, con bases sólidas para enfrentar a la competencia, sin embargo, hay quienes se lanzan a la odisea empresarial, fundamentados en la experiencia de

negocios, pero sin las más mínimas ideas y/o conocimiento de gestión administrativa, sin un norte estratégico definido, carentes de las herramientas necesarias con las cuales ésta no corra ningún tipo de riesgos, que le impidan su permanencia en el mercado del producto y/o servicio al cual pertenezcan, razón por la cual, en múltiples ocasiones recurren en la búsqueda de grupos o personas no pertenecientes a la organización con el fin de obtener de ellos la ayuda necesaria, para emprender el camino del éxito empresarial.

De acuerdo a lo anterior, se puede expresar lo siguiente: Así como existe la demanda, debería de existir la oferta de los servicios de asesoría y consultoría para estas unidades económicas, situación que no se presenta actualmente en la ciudad.

0.1.2 Formulación del problema.

¿Habrá la suficiente demanda de los servicios de Asesorías y Consultorías Administrativas, entre las micro y pequeñas empresas de la ciudad?

¿Cuál será el nivel o grado de factibilidad económica y financiera del proyecto creación de la empresa de Asesorías y Consultorías Administrativas en la ciudad de Santa Marta?

¿Cuáles serán los parámetros legales y fiscales que incentiven la constitución de empresas en Colombia, en especial en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta?

¿Qué tipo de recursos físicos, técnicos, logísticos y humanos serán los necesarios para emprender esta idea de negocio –la empresa de Asesorías y Consultorías Administrativas-?

0.2 OBJETIVOS

0.2.1 Objetivo general. Realizar una propuesta para la creación una empresa de Asesorías y Consultorías en el Distrito de Santa Marta con el fin de ofrecer la posibilidad de las empresas de los diversos sectores económicos de la ciudad y su entorno, un mejor nivel de crecimiento, desarrollo organizacional y posicionamiento competitivo de éstas

0.2.2 Objetivos específicos.

- Realizar el estudio de factibilidad socioeconómico para la creación de la empresa.
- Establecer los diferentes factores externos que permitan la viabilidad de la empresa.

- Identificar las diversas actividades y/o campos en los cuales se desarrollen las empresas de asesorías y consultorías existentes en Santa Marta.
- Estudiar las alternativas de beneficio económico y financiero que ofrece el Gobierno nacional.
- Elaborar la propuesta de creación de la empresa de Asesorías y Consultorías Administrativas en la ciudad de Santa Marta.

0.3 DELIMITACIÓN DEL ESPACIO TEMPORAL Y GEOGRÁFICO

0.3.1 Delimitación del espacio temporal. El espacio temporal sobre el cual se basó la investigación del presente trabajo fue el año 2002 y lo corrido del año 2003, donde se observó el nivel de creación de empresas y fomento al empleo, en el distrito de Santa Marta, en especial, una empresa de Asesorías y Consultorías Administrativas.

0.3.2 Delimitación del espacio geográfico. El espacio geográfico en el cual se desarrolló la investigación, será en la ciudad de Santa Marta, capital del departamento del Magdalena, y ubicada geográficamente en los 11° 14' 50" de latitud Norte y 74° 12' 06" de Longitud Oeste; su altura sobre el nivel del mar es de 2 metros y una temperatura promedio de 28° C, limita al norte y al oeste con el Mar Caribe, al sur con los municipios de Ciénaga y Aracataca, al este con las Etribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta y el departamento de la Guajira.

0.3.3 Duración estimada. La duración estimada para la realización del presente trabajo de investigación fue de ciento ochenta (180) días, a partir de la aprobación de la propuesta.

0.3.4 Forma de observar la población. La población objeto de estudio fue analizada de manera exhaustiva en todos sus componentes esenciales, sobre todo en los aspectos de la demanda y factibilidad económica de la misma.

Para lo cual se utilizó como método de investigación el analítico - descriptivo, a través del cual se observó en forma más detallada el proceso de incubación y creación de empresas en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, en especial, de aquellas dedicadas a las asesorías y consultorías empresariales; se analizaron como principales variables:

a. Variable Dependiente (Y). Está caracterizada por la creación de la empresa de asesorías y consultorías para las empresas del sector económico de la ciudad.

b. Variables Independientes (X). Se encuentra denotado por aquellos factores que afectan directa o indirectamente el desarrollo de la actividad, o la creación de la empresa.

- **Mercado.** Lo conforma la población empresarial exportadora (Mercado), así como el de la competencia (Oferta) en el distrito de Santa Marta.

- **Económico.** Costos y gastos del proyecto, financiación, nivel de ingresos.
- **Social.** Impacto social.
- **Político.** Incentivos brindados por el estado.
- **Legal.** Legislación actual referente a este tipo de empresas.
- **Tecnológico.** Tecnología utilizada para este tipo de organizaciones.

Para la recolección de la información los instrumentos que se utilizaron fueron:

Las encuestas realizadas a empresarios e inversionistas de las micro y pequeñas empresas de la ciudad, así como de consultas a través de Internet a la DIAN, Cámara de Comercio, Alcaldía Distrital, Sayco y Acimpro, Bomberos, así como a las empresas de Asesorías y Consultorías en el Distrito de Santa Marta, así como la revisión y consulta de diversos libros, revistas especializadas, enciclopedias, folletos y otras revisiones, resultados de investigaciones, informes técnicos.

0.4 JUSTIFICACIÓN

Muy a pesar de la difícil situación económica por la que atraviesa el país, diariamente se constituyen o crean nuevas unidades económicas de producción o de prestación de servicios, llamense micro, pequeña, mediana o gran empresa; muchas veces, sin las mínimas condiciones administrativas pertinentes, razón por la cual se ven obligadas a reorganizarse administrativamente, teniendo en cuenta que recurrir a la contratación de empresas asesoras o consultoras de otras

ciudades o regiones del país, incurriendo en altos costos para la organización; si se tiene en cuenta que en la ciudad no hay la presencia de entidades conformadas para brindar el servicio como asesores y consultores administrativos; o verse en la necesidad de abandonar el mercado (cierre).

De acuerdo a lo anteriormente descrito, la presente investigación justifica su ejecución, ya que, a través, de ella, se identificaron los posibles nichos de mercado y aquellos aspectos que caracterizan la conformación del mercado (oferta y demanda) de los servicios especializados de asesorías y consultorías administrativas. Así mismo, la creación de la empresa se justifica, en la medida en que ésta sirva como base para el fortalecimiento del sector económico o empresarial de la ciudad de Santa Marta y su entorno.

Entre tanto, el desarrollo de la investigación es importante porque:

- Los aportes teóricos que la investigación genere, servirán como base para futuras investigaciones para todas aquellas personas interesadas en abordar el tema.
- Las empresas existentes en la ciudad de Santa Marta, o aquellas personas con ideas de negocios, podrán contar con una entidad asesora y consultora en el area administrativa, la cual, a través de sus servicios, les brindará la oportunidad de penetrar en nuevos nichos de mercados, desarrollarse y posicionarse competitivamente, obtener un mejor crecimiento organizacional,

diseñar su propio futuro a través de una adecuada estructuración administrativa, entre otros aspectos.

- Se enriquecerá el acervo documental de la biblioteca de la Universidad del Magdalena, en el área de las empresas de Asesorías y consultorías Administrativas, las cuales servirán como base para alimentar los conocimientos de personas que decidan emprender el camino al mundo empresarial, prestando este tipo de servicios.
- Además de servir como trabajo de grado, los proponentes podrán ofrecer sus servicios, denotando la calidad de la educación superior impartida en el Alma Mater, y capacidad para afrontar esta clase de reto de negocio, en pro del desarrollo empresarial en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.

0.5 MARCO TEÓRICO Y LEGAL

0.5.1 Marco teórico. Para el normal desenvolvimiento y mayor claridad en la investigación, se tuvo en cuenta una serie de teorías, postulados y conceptos, formulados por diversos autores y retomados en diferentes tipos de investigaciones. Ahora bien, como el trabajo propuesto es la creación de una empresa, se debe realizar un previo estudio de factibilidad, con lo cual se dará inicio a la investigación.

Recepcionando la problemática de las empresas del que se ocupa el presente trabajo, se ha ido incrementando en los organismos estatales¹ de distintos niveles, la concientización, y por ende la implementación de programas, sobre la necesidad de apoyatura técnica a estas compañías.

A la par de lograr una mayor difusión y adaptabilidad de estos programas, es necesario, casi imprescindible, como parte del proceso de cambio, que los asesores privados realicen un máximo esfuerzo para aportar al empresario el sustento técnico ajustado a su realidad, para la gestión de sus negocios en un escenario cada vez más globalizado.

Al analizar la bibliografía específica existente sobre el tema de evaluación de proyectos de inversión en la actualidad² (con un enfoque general, como SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R, 1996; SOLANET, M et al, 1991; BACA URBINA, G., 1998; o dirigida a un sector determinado como HERNANDEZ DIAZ, E., 1994; FRANK, R. G., 1998), se comprueba que en líneas generales responde a las siguientes características:

- Pese a las adecuaciones realizadas, provienen de esquemas originados en los años 70/80 (cfr. ILPES, 1988 y MUNIER, N., 1979).

¹ MILOCCO, Gualberto J.M. Disponible en Internet en: Monografias_com - EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION.htm/gualberto-milocco@ciudad.com.ar

² Ibid., pág. 2

- Está orientada a especialistas, o a quienes desean iniciarse en esa área de estudio;
- En general, plantean modelos sustentados en métodos, herramientas e informaciones que sólo están al alcance de las grandes empresas, especialmente en lo que respecta a la gestión posterior al proyecto;
- Ha influido de tal manera en los profesionales que, por adecuarse a dichos modelos, terminan con un resultado consabido: el producto informativo que sólo es comprendido por los especialistas;
- Seguramente por similar influencia, los distintos programas estatales (Dinamización Productiva Regional, Programa de Mejoramiento Competitivo, etc.), a pesar de las adaptaciones, están guiados por dichos modelos; pero, a su vez, al conformar sus requerimientos en base a ellos, incentivan su utilización;
- Consecuentemente, el empresario pyme (que generalmente asume el rol de inversionista y tiene una sola opción de inversión, además de la financiera), no puede realizar su evaluación, al recibir un producto que no es adecuado a su training actual y sin posibilidad de utilización como herramienta para la gestión posterior.

Los aspectos señalados no pretenden ser una consideración crítica³ de los modelos y metodologías propuestas por los distintos autores, y en uso por parte de los profesionales formuladores y/o evaluadores de proyectos y por la mayoría de los organismos gubernamentales. Sólo se procura resaltar aquellos que se relacionan con la evaluación, a la vez que se intenta explicitar que los productos informativos basados en estos modelos, son hoy incompletos (y por lo tanto incorrectos) para las pymes regionales.

Es reconocido por los profesionales proyectistas de nuestro medio⁴ y por autores como COLAIACOVO que muchas veces el empresario encara la formulación de un proyecto de inversión porque se lo exigen (generalmente una entidad bancaria o gubernamental), pero no como un procedimiento y herramienta para la toma de decisiones.

Afirma también el autor mencionado⁵ que "proyectos perfectamente factibles fracasan en la fase de implementación porque el empresario no aprovecha la información contenida en el proyecto o porque formula políticas erradas en la fase mencionada". (COLAIACOVO, J. L., et al; 1995)

El empresario encara la formulación de proyectos de inversión muchas veces porque se lo exigen.

³ Ibid., pág. 3

⁴ Ibid., pág. 3

⁵ Ibid., pág. 3

"Proyectos perfectamente factibles fracasan en la fase de implementación porque el empresario no aprovecha la información contenida en el proyecto o porque formula políticas erradas en la fase mencionada". Lo expresado es necesario que sea considerado en una realidad más amplia y compleja, para tener una mayor precisión en el análisis de situación⁶. La investigación realizada recientemente por la consultora internacional Market & Opinion Research International (Londres) para la REVISTA MERCADO (Septiembre de 1998, pág. 21), refleja el divorcio empresario-asesor, al detectar que el 58% de pymes argentinas relevadas no busca el asesoramiento de consultores y que el 70% de ellas no lo hace porque considera que no los necesita.

El proceso de formulación y evaluación de proyectos de inversión, para que sea abarcativo de la mayoría de las situaciones posibles, puede esquematizarse de acuerdo a la figura 1.

Este proceso origina un importante cúmulo de información, especialmente sobre la demanda, la oferta, la estructura económica y competitiva del mercado, flujo de fondos, que concluye en lo que denominamos⁷ "evaluación del proyecto". Las diferencias conceptuales sobre la evaluación no afecta el planteamiento, ya que el proceso completo para las distintas posiciones es similar al descrito,

⁶ Ibid., pág. 4

⁷ Ibid., pág. 5.



utilizando las mismas técnicas y herramientas, y proponiendo los mismos productos informativos.

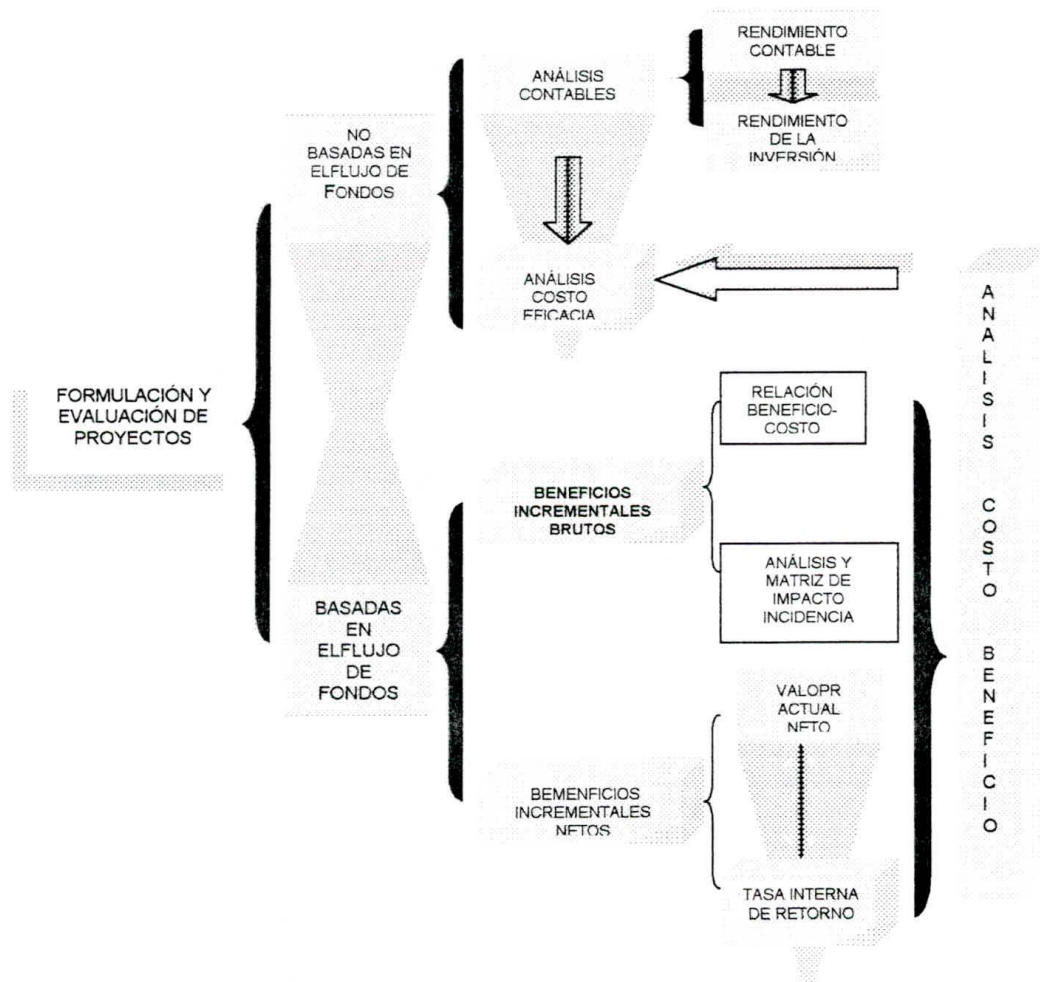
En otros términos, se considere a todo el proceso como evaluación (BACA URBINA, 1998)⁸ o que se efectúe la separación entre el proceso de formulación y el de evaluación (CANDIOTI , 1998) con la retroalimentación pertinente, siempre se considera, como afirman SAPAG CHAIN⁹ que "la evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas que resultan del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación. Lo anterior no significa desconocer la posibilidad de que puedan existir criterios diferentes de evaluación para un mismo proyecto". Expresión que es ratificada por los mismos autores cuando afirman que "si se encarga la evaluación de un mismo proyecto a dos especialistas diferentes, seguramente el resultado de ambas será diverso... Más aún, el que evalúa el proyecto toma un horizonte de tiempo..., sin conocer la fecha en que el inversionista pueda desear y estar en condiciones de llevarlo a cabo..." (SAPAG CHAIN, N y SAPAG CHAIN, R; 1996). Es decir, en todo ese proceso se hace abstracción de la empresa y del empresario y finaliza en la presentación de una "caja de herramientas", fundamental para la toma de decisiones, pero compuesta básicamente por:

⁸ Ibid., pág. 6.

⁹ Ibid., pág. 6

- V.A.N. y T.I.R. (proyecto puro y con efecto leverage)
- Período de repago
- Criterios de división de riesgos
- Construcción de tasas de referencia para los inversionistas
- Otros elementos de análisis socioeconómicos sustentados por los evaluadores (proyectistas u organismos financieros, gubernamentales, etc.).

Figura 1. Esquema secuencial técnicas de formulación y evaluación de proyectos



Fuente: Carlos Evaristo Hernández.

Se puede agregar también, que preciosa información es obtenida en la preparación del proyecto, pero que no es sistematizada adecuadamente para que pueda ser comprendida por el empresario pyme¹⁰.

Por su parte, en una precisa posición, que es suficientemente demostrativa y justificativa de nuestro¹¹ planteamiento, FRANK sostiene que la evaluación es la comparación de alternativas de inversión, de tal manera de que si no hay alternativas, no existe evaluación. (FRANK, R. G.; 1998). En síntesis: se comparte mayoritariamente que se evalúa un proyecto de inversión para asegurar su viabilidad económica, técnica y operativa; es decir, el proyecto tiene su razón de ser en la medida en que permite una aproximación, en una determinación apriorística, al "éxito" en la puesta en marcha y en el funcionamiento de la idea original.

Coincidiendo además, que esa evaluación la debe realizar también el empresario. Y aquí es donde nos separamos¹². Esa evaluación debe ser realizada prioritariamente por el empresario (que en nuestra región es pyme), que es el responsable de la inversión y de la gestión posterior, y al cual, destinatario de nuestro trabajo, debemos¹³ ofrecerle un producto informativo que sea cabalmente comprendido y usado por él. Al no sistematizarle adecuadamente la información a su realidad, se impide que sea una herramienta para la toma de decisiones y

¹⁰ Ibid., pág. 7

¹¹ Ibid., pág. 7

¹² Ibid., pág. 7

¹³ Ibid., pág. 8

justifica que solamente opte por la formulación de un proyecto de inversión cuando se lo exigen.

Al no sistematizar la información al training actual del empresario pyme, se impide que el proyecto sea una herramienta para la toma de decisiones. El empresario no puede realizar su propia evaluación¹⁴.

Por lo tanto, hay un alto grado de ineficiencia en el uso de los recursos.

Consecuentemente, debemos¹⁵ reconocer las siguientes limitaciones de los modelos propuestos actualmente:

- No se asegura al empresario pyme una aproximación de viabilidad;
- Este empresario no evalúa el proyecto en sus aspectos económico, técnico y operativo;
- Divide al proceso de inversión en dos partes totalmente independientes: el proyecto y la gestión posterior;
- Se formulan y evalúan proyectos aisladamente de la empresa como totalidad; es decir, se desconoce a la misma como un sistema entre cuyos componentes principales se hallan el perfil de gestión, la cultura de la organización y su estructura;

¹⁴ Ibid., pág. 8

¹⁵ Ibid., pág. 8

- La evaluación y la viabilidad, perfectamente realizada por el equipo proyectista, no está ratificada para la etapa de gestión.
- El proyecto se convierte, consecuentemente, en un objetivo en sí mismo, que termina siendo un documento que el empresario pyme, en el mejor de los casos se limita a leerlo y lo que es peor, muchas veces simplemente a aceptar.

Con lo anterior, se reconoce absolutamente la validez de métodos y técnicas utilizadas¹⁶, considerando que los productos informativos que se brindan actualmente no le sirven al empresario para efectuar su propia evaluación, que está orientada, no a estimar la rentabilidad (que es tarea del especialista), sino a una determinación global, entre cuyos aspectos sobresalen, además de la viabilidad económica, la gestión posterior, las modificaciones que debe producir en su empresa (especialmente en la cultura y en el estilo de gestión), los riesgos no económicos-financieros que asume (comerciales, sociales, etc.) y otros componentes psicológicos.

Por lo tanto, en opinión, primeramente se deben redefinir los propósitos y fines de un proyecto de inversión, que podrían determinarse según la siguiente propuesta¹⁷:

¹⁶ Ibid., pág. 8

¹⁷ Ibid., pág. 9

- **Propósitos Del Proyecto De Inversión**

- Que el empresario realice su propia evaluación;
- Obtener la información necesaria para la estructuración del plan integral de negocios;

La conformación de un tablero de comando, guía de la gestión posterior a la formulación del proyecto.

A los evaluadores externos (entidades gubernamentales y bancarias) estimamos¹⁸ que esta redefinición les permitiría coadyuvar más eficientemente al logro de sus objetivos, al obtener mayores posibilidades de éxito la gestión de las inversiones y ellos poder realizar un permanente monitoreo de la misma.

Por lo tanto, a esa caja de herramientas que componíamos anteriormente, debemos agregarle un conjunto tal que le permita al empresario no sólo evaluar el proyecto elaborado separadamente de su empresa, aislado de la misma, puro de los aspectos empresariales (que puede servir a una u otra empresa). El empresario de nuestra región necesita un proyecto (el suyo) desarrollado para su realidad.

En general, entonces, el proyecto debe brindar¹⁹, además, un tablero de comando

¹⁸ Ibíd., pág. 9

¹⁹ Ibíd., pág. 10

base y guía de la gestión posterior para asegurar que la viabilidad sea tal. Sin pretender ser exhaustivo, algunas de esas herramientas que consideramos aplicables a la generalidad de las pymes, podrían ser:

Herramientas Para Un Modelo Pyme

- Puntos de equilibrio (para cada situación proyectada);
- Producción-venta mínima rentable (según la rentabilidad deseada por el empresario;
- Análisis marginal del proyecto (si la empresa está en funcionamiento);
- Flujos de caja proyectados (pero debidamente desagregados y sensibilizados por el método de cotas o intervalos);
- Balances y Cuadros de Resultados proyectados;
- Proyección de los servicios de la deuda (especialmente de moneda extranjera);
- Participaciones proyectadas en los mercados y otros indicadores de marketing, productividad y eficiencia totales y por áreas, (fundamentalmente las que conforman las fuerzas impulsoras y que originan las ventajas competitivas defendibles)
- **Indicadores promedios del sector**

Análisis cultural y estructural (comparativos). Con este instrumental, más los que cada profesional juzgue necesarios (y diagramados) de acuerdo a la particularidad

de cada empresa, estimamos²⁰ que se logrará una armónica conjunción proyectista-empresario, brindándose un mayor grado de certeza en la factibilidad del proyecto y principalmente, profesional y empresario cumplirán cabalmente con su obligación socioeconómica: la utilización racional y eficiente de los recursos.

Un aspecto que ha que tener muy en cuenta al momento de seguir citando a diversos autores, es que, en la medida que las épocas pasan, el proceso económico va girando cada vez más en el contexto de la globalización, las empresas de un país que comercializan sus productos a nivel interno, optan por desarrollar nuevas estrategias para crecer y desarrollarse (el producto y la organización) en forma más competitiva, para enfrentar a la nueva competencia. Ahora bien, algunos propietarios de organizaciones, no cuentan con los conocimientos y la experiencia profesional en el proceso de gestión empresarial y aún así, se organizan de manera tal, que administrativamente no cuentan con un norte estratégico definido, lo que les conlleva generalmente al ocaso empresarial. Entre tanto, hay inversionistas y/o empresarios que buscan de la ayuda de expertos en materia de constitución de entes económicos, así como también, de personas con conocimientos especializados en ideas de negocios con el fin de evitar un desmoronamiento inicial o en su defecto, para mejorar los procesos empresariales. Estos grupos son los llamados "Grupos Consultores o Asesores", los cuales, a través de sus servicios, proporcionan la oportunidad de penetrar o permanecer en el mercado con los más mínimos riesgos de fracasar,

²⁰ Ibíd., pág. 11

ofreciéndoles información clara, oportuna, fiable, acerca de los diferentes mercados de los productos y/o servicios ofrecidos por dichas empresas.

Históricamente, sólo hasta la época de la Revolución Industrial, se da origen a las empresas de consultoría²¹.

En este período, la expansión²² de la consultoría de empresas ha sido notable desde todos los puntos y se han producido varios cambios cualitativos importantes.

Para satisfacer las necesidades de sus clientes²³ y atraer a otros clientes de nuevos sectores de la economía y la actividad social, los consultores de empresas han elaborado diversas estrategias, ofrecen nuevos servicios especiales, se especializan en sectores particulares o, proporcionan un amplio conjunto de servicios a los clientes más exigentes.

Menciona Kurb²⁴, existen diferentes tipos de organizaciones de consultoría, entre las principales podemos mencionar:

²¹ ARTECHE Peña, David; PÉREZ, Silvia Tatiana. Estudio de factibilidad para creación de una empresa privada dedicada a prestar servicios de consultorías administrativas en el Distrito turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, 2.000. Tesis de Grado (Administración de Empresas), Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Universidad del Magdalena. P. 29.

²² Ibid.

²³ Ibid., p. 30

²⁴ Ibid., p. 30

- **Grandes oficinas de consultoría multifuncionales.** La mayor parte estas organizaciones actúan como empresas multinacionales, con filiales en 20 o más países.
- **Oficinas de consultorías pequeñas y medianas.** Este grupo abarca diversas organizaciones, que emplean desde unos pocos hasta 50 y 100 consultas.
- **Consultores independientes.** Pese a la competencia y a la comercialización dinámica de las organizaciones más importantes, la existencia de miles de consultores independientes demuestra que existe mucho más interés de trabajar con dichos profesionales.
- **Suministradores no tradicionales de servicios de consultoría.** Este grupo es bastante heterogéneo, pero tiene una característica en común: Su función inicial y principal es algo distinto de la consultoría, pero considera a esta como un aditamento bastante beneficioso de sus productos y servicios. Entre otros, el grupo incluye a: Abastecedores y vendedores de equipos de computadora y de comunicación; empresas productoras de programas de computadora; bancos comerciales y de inversión, agentes de bolsa, compañía de seguros y otras organizaciones del sector financiero.

Es evidente que el mercado está cambiando, que las expectativas de los clientes están variando y que la configuración de la industria está evolucionando hacia algo diferente.

Opinan, Rasam, C y Oates D.²⁵: el mercado de consultoría se está dividiendo en cinco sectores: Tecnología e Información: Gestión de manufacturas, desarrollo de productos y tecnología: Efectividad organizacional (que incluye finanzas, contratación, mercadeo, estrategia de personal, organizacional, estrategia corporativa) y consultoría en el sector público.

Los consultores gerenciales afrontan cuatro retos importantes²⁶: Mayor competencia, escasez de personal de primera clase, métodos empresariales y tecnologías rápidamente cambiantes entre sus clientes y el surgimiento de nuevos mercados.

A los consultores profesionales de las empresas de hoy se les puede pedir que ayuden a resolver cualquier tipo de problema de gestión en las organizaciones de cualquier clase y de cualquier dimensión. Si surgen nuevos problemas y necesidades, es más que seguro que algunos consultores de empresas de uno u otro país, harán inmediatamente un esfuerzo por convertirse en expertos de ese nuevo sector.

²⁵ RASAM, C; OATES D. En: ARTECHE Peña, David; PÉREZ, Silvia Tatiana. Ibíd. Página 34

²⁶ Ibíd., p 34.

La apertura económica proyecta al empresario colombiano a intervenir en nuevos mercados y con negocios atractivos. Los procesos de normalización permiten desarrollar los productos y servicios dentro de un marco de alta competitividad.

Por otra parte, el país y las políticas de gobierno presentan programas de formación empresarial, asesoría y programas de crédito y fomentan la productividad a través de entes operativos.

Para Ronald Weiers²⁷, hay varias razones por las cuales, al analizar un problema de investigación de mercados, debe tomarse la decisión de contar con los servicios de un asesor para que colabore en el diseño y la realización del proyecto. Por ejemplo, si una firma carece de suficiente personal experto en la investigación para encargarse de esa labor, la decisión de contratar a un consultor puede ser la más sensata aun cuando el costo resulte bastante elevado. Ello es cierto sobre todo cuando la cancelación o posposición del estudio significa perder una magnífica oportunidad en el mercado.

0.5.2 Antecedentes. Después de la II Guerra Mundial, en la segunda mitad del s. XX, los tiempos han cambiando a un gran ritmo, como nunca lo había experimentado la humanidad en todos los siglos en los cuales ésta ha existido. Lo anterior, se debe al avance tecnológico que modifica la demanda, las necesidades

²⁷ WEIERS, Ronald M. Investigación de Mercados. México, 1986. Prentice - Hall Hispanoamericana, S.A. p. 92-93. ISBN 968-880-066-X.

y preferencias que a gran velocidad cambian por los consumidores o usuarios; así, como una competencia muy intensa y a reducidos ciclos de vida de los productos, con alta posibilidad de que los nuevos productos fracasen, lo que ocasiona la necesidad de planear cada vez más, y de la mejor forma. Desarrollando planes de mercadeo, comercialización a mediano y largo plazo; planes de manufactura, financieros, de sistemas operativos, de recursos humanos, etc., los que corresponden a una gran velocidad de acciones que dependen de lo que cada empresa, según sus necesidades, su posición estratégica, su tamaño y su capacidad, tienen que hacer para mantenerla permanentemente en su función de crear riqueza.

Ante esta constante necesidad de cambio, actualización y de superación, la empresa moderna debe buscar asesoría externa, ya que, ésta por su múltiple experiencia, si es la adecuada, puede ayudar de una manera más rápida y económica a la actualización de las diferentes empresas. Y es precisamente lo que se quiere transmitir en este proyecto, que en forma clara y detallada explica el por qué, el cómo y la forma de asesorarse de la mejor manera, tanto interna como externamente.

Lo anteriormente descrito, dio como resultado, la intención por parte de los autores de la investigación, de crear una empresa dedicada a prestar los servicios como asesores y consultores administrativos, de los diversos entes económicos de la ciudad de Santa Marta y su entorno geográfico, que demanden de sus servicios.

0.5.3 Marco legal. La legislación que enmarca el desarrollo del presente proyecto es la siguiente:

- **Constitución Nacional de Colombia** (Artículos 15, 25, 26, 53, 54, 55, 56, 57, 333, 334, 336, 337, 338, 362, 363)
- **Ley 789 de 2002 (diciembre 27).** Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.
- **Ley 590 de julio 10 de 2000 (Ministerio de Desarrollo Económico).** Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresa en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.
- **Ley 550 de 1999 (28 de diciembre de 1999).** “Por la cual se establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley”

- **Ley 527 de agosto 18 de 1999 (Congreso de la República).** “Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”.

- **Ley 50 de 1990.** Por el cual se introducen reformas al Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones.

- **Decreto 2150 (Diciembre 5 de 1995), Artículos 40 al 48.** Por el cual se dictan normas sobre simplificación de trámites y racionalización de procedimientos administrativos, tiene por objeto, fundamentalmente, desarrollar el principio de la buena fe, combatir la corrupción y permitir el ejercicio de las libertades ciudadanas.

- **Código de Comercio.** En el cual se recoge y regula el derecho de los comerciantes y las actividades mercantiles. En el se determina como se adquiere la calidad de comerciante, quiénes pueden ejercer la profesión de comerciante, cuáles son las obligaciones y actos inherentes a ella, y los actos, las operaciones y las empresas mercantiles.

1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL

En el desarrollo de una investigación de mercados para el lanzamiento, innovación de un nuevo producto o servicio y/o para la creación de un nuevo ente económico, necesariamente, debe realizarse un estudio sobre aquellos factores o fuerzas del entorno que afectan directa o indirectamente a la organización. Esas fuerzas son:

1.1 ENTORNO DEMOGRÁFICO

Estos factores afectan los sistemas de mercadotecnia de las empresas. Estas fuerzas, enmarcan las características de distribución de las poblaciones, para el caso de la presente investigación, la población estudiada fueron las micro y pequeñas empresas existentes en la ciudad de Santa Marta.

1.1.1 Análisis de la tasa de crecimiento de la población y del proceso de migración (Santa Marta). El crecimiento poblacional de micro y pequeñas empresas en Santa Marta está influenciado no sólo por razones obvias, sino también, por el acelerado crecimiento de desempleo que ha experimentado la ciudad, como consecuencia de inmigraciones de desplazados por la violencia y la situación económica que los agobia, en otras regiones del departamento y del Distrito, que ante las pocas expectativas de empleo y desarrollo de las áreas rurales de la región, encuentran en este territorio grandes oportunidades de vida.

En la actualidad, la estimación de población por sexo y zona en Santa Marta 2002 y 2003, se puede observar en la tabla 1.

Tabla 1. Estimación de la población en Santa Marta, según sexo y zona

Santa Marta	Total	Hombres No. y Porcentaje	Mujeres No. y Porcentaje	Cabecera No. y Porcentaje	Resto No. y Porcentaje
2002	410.309	209.748	200.561	394.168	16.141
		51.1%	48.9%	96.1%	3.9%
2003	422.460			406.231	16.229

Fuente: DANE.

Tabla 2. Cantidad de micro y pequeñas empresas existentes en la ciudad de Santa Marta

Clasificación	Cantidad	Características en s.m.l.v
Micro empresas	1820	0 - 501
Pequeñas empresas	169	501 - 5001
TOTAL	1989	

Fuente: Cámara de Comercio, Capítulo Santa Marta.

1.2 ENTORNO ECONÓMICO

Las personas solas no constituyen un mercado, deben tener dinero para gastar e intenciones de gastarlo. En consecuencia, las condiciones de la economía son una fuerza significativa que afecta el sistema empresarial de casi cualquier organización, ya sea de negocios o no lucrativa.

Santa Marta está catalogada como una ciudad intermedia teniendo en cuenta el número de habitantes, posee una relativa importancia económica, financiera e institucional, una aceptable comunicabilidad y niveles de bienestar social, y una ligera concentración de servicios y recursos estatales. En la actualidad, sus dos principales actividades económicas, la portuaria y la turística, le permiten el desarrollo de relaciones con el mundo y con los centros de producción y consumo más importantes del interior del país.

Los problemas fiscales de Santa Marta obedecen a un desfase entre la verdadera capacidad de recaudo presupuestal y los gastos que demandan las obras comprendidas dentro del Plan Integral de Desarrollo y el funcionamiento de la administración. En este sentido, la evasión de impuestos y la poca fuerza de para superarla se convierten en los hechos de mayor incidencia.

1.3 ENTORNO SOCIAL²⁸.

1.3.1 Indicadores de pobreza. En los últimos años, las zonas de pobreza han crecido en Santa Marta. Así lo evidencia el incremento de las viviendas ubicadas en los estratos I y II, las cuales pasan de representar 32.39% en 1982 a 45.5% en 1995. En la actualidad, debido a los fenómenos demográficos de desplazamiento por la violencia que condujeron a la conformación de tugurios en los cerros del entorno urbano y en el área rural, se puede inferir un mayor crecimiento.

Según los indicadores del DANE los hogares de Santa Marta se encontraban en el año 2001 en un 34,8% con necesidades básicas insatisfechas (NBI). Localmente, la situación resulta preocupante para el área urbana, pero la situación más crítica se vive en el área rural donde más de la mitad de los hogares presenta NBI y una tercera parte de los mismos se encuentra en condiciones de paupérrima miseria.

1.3.2 Déficit de vivienda. En 1997, en Santa Marta se estimó un déficit de vivienda que oscilaba entre 10.000 y 12.000 unidades, sin incluir el área rural, donde la focalización de recursos en materia de vivienda de interés social es casi inexistente, a la vez que los proyectos que surgen para satisfacer este tipo de

²⁸ HURTADO Hurtado, Darly; MARQUEZ, Joyce. Análisis del desarrollo organizacional y del modelo administrativo de la clínica Capri de Santa Marta. Santa Marta, D.T.C.H. 2.003. Tesis de Grado. Programa Administración de Empresas. Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Universidad Del Magdalena.

demanda se desarrollan sin posibilidades de conexión al sistema formal de servicios públicos.

1.3.3 Servicios públicos domiciliarios. En materia de servicios públicos domiciliarios, Santa Marta concentra las mayores coberturas en el área urbana, con una tendencia creciente de la demanda debido al establecimiento de nuevos asentamientos y un déficit crónico en el sector rural.

Acueducto: Cobertura de 81% en el área urbana, pero suministrado con racionamientos y baja presión en las redes. En el área rural, la cobertura y calidad depende de la autogestión comunitaria.

Alcantarillado: Con cobertura de 70%, concentrada en el área urbana. El déficit produce contaminación ambiental por vertimiento de aguas negras en ríos, quebradas y bahías.

Energía eléctrica: La cobertura asciende a 93%. Se presta con inestabilidad en el voltaje, cortes frecuentes y de duración variable.

Telefonía: 70% de los hogares del área urbana cuenta con el servicio telefónico, pero la demanda en los últimos años se ha incrementado.

Gas Natural: Cuenta con una cobertura de cerca de 95% y con perspectiva de expansión hacia el área rural, donde la leña todavía actúa como combustible básico.

Aseo: 4% del área urbana carece del servicio de recolección. La disposición final de las basuras, con un promedio diario de 320 toneladas, opera como botadero abierto, con deficiencia de reciclaje y problemas de saturación.

En Santa Marta el suministro de los servicios públicos domiciliarios ha estado condicionado, en gran medida, por las presiones que ejercen los moradores de las invasiones ilegales una vez éstas logran articularse a la estructura urbana de la ciudad como un barrio más. De ahí que el crecimiento urbanístico desordenado sea hoy factor de alta incidencia en los déficit de cobertura y calidad, que, pese a encontrarse en un proceso de mejoramiento, en particular del agua potable, encarnan situaciones altamente críticas para el nivel de vida y competitividad económica presente y futura.

1.3.4 Servicios sociales. Santa Marta se caracteriza por la poca accesibilidad física y poblacional a los servicios sociales y por el carácter deficitario de la calidad de los mismos, lo cual incide negativamente en la calidad de vida de los habitantes.

- **Educación:** En el ámbito de la educación básica y media los déficits actuales ascienden a: 27,31% en preescolar, 16,91% en básica primaria, 21,72% en básica secundaria y 6,8% en educación media. La tasa de analfabetismo alcanza niveles del 20%.

- **Salud:** La salud es deficitaria en todos los niveles de atención -se contextualiza en un histórico déficit cuantitativo y cualitativo- y son el crecimiento poblacional y espacial de la ciudad un factor determinante. La principal insuficiencia es la baja accesibilidad social al sistema de salud debido a dificultades en la posibilidad de vinculación, eficiencia en la prestación y en la capacidad física e infraestructural de los equipamientos; con situaciones críticas en el área rural por la dispersión de los asentamientos. En el año 2001 la afiliación al SGSSS en el Régimen Contributivo es de 133.314 habitantes y al Régimen Subsidiado es de 69.498 habitantes.

- **Cultura:** Existe en la ciudad una pobre oferta de escenarios artísticos y culturales, así como limitaciones físicas para acceder a los pocos sitios existentes, concentrados en el Centro Histórico, debido a insuficientes zonas de parqueadero, congestión vehicular y relativa inseguridad nocturna, entre otros.

A nivel institucional, el fomento de las artes y la cultura recae fundamentalmente sobre el sector público, por una escasa participación del sector privado.

1.3.5 El empleo. Santa Marta no ha sido ajena a la crisis económica que en los últimos años azota a la región y al país en general. La informalidad y el subempleo vienen consolidándose de manera progresiva en la medida en que aumenta la población de desplazados, y se incrementa el cierre de establecimientos formales por efecto de las altas tasas de interés, la iliquidez del mercado, el estrangulamiento financiero y las variaciones de la tasa cambiaria.

1.3.6 Organización y liderazgo social. En 1998 se registra la existencia de 263 Juntas de Acción Comunal jurídicamente conformadas. Igualmente, la ciudad cuenta con 12 Juntas Administradoras Locales (JAL) lideradas por noventa y nueve (99) ediles elegidos popularmente.

1.3.7 Factores de riesgo de la población. Existen asentamientos subnormales localizados en zonas vulnerables al riesgo, tales como piedemontes, faldas de cerros, zonas de reserva y rondas de ríos y quebradas. Por otro lado, se observa el descargue de aguas servidas y disposición final de basuras en sitios de importancia ambiental, los cuales también son intervenidos con usos residenciales y minero, entre otros.

Lugares como el mercado público deterioran y generan caos en el Centro Histórico y su entorno. Así mismo, las actividades portuarias producen alto impacto ambiental y afectan negativamente la fachada urbana.

1.4 ENTORNO POLÍTICO²⁹

Colombia inicia en los años 80 un proceso de transformación institucional. Hacia la década de los 90's, se da inicio al proceso aperturista, y es a partir de ahí, donde los diferentes jefes del Estado colombiano, han ido generando estrategias que sirvan como motivación hacia los empresarios colombianos, en especial, la creación de nuevas empresas lo que trae consigo la generación de nuevas fuentes de empleo, con el fin de darle solución a la grave crisis económica que se ha venido dando en el país, ante todo, reflejado en el alto índice de desempleo, cerca de un 15% de la población laboralmente activa en el país.

1.5 ENTORNO CULTURAL³⁰

1.5.1 Caracterización de las culturas de la costa. Teniendo presente aspectos relacionados con: valores, creencias, factores de comportamiento, tradiciones y expresiones culturales (Música, teatro, poesía, danza, literatura, pintura etc.)

1.5.2 La diversidad cultural. En el trasegar de muchos años de historia la ciudad logra configurar su estructura poblacional en tres grupos socioculturales que, aún cuando son nacidos en el mismo suelo, cuentan con rasgos, genotipo, costumbres y preferencias distintas:

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid.

Partiendo del nivel del mar, en la zona plana del distrito, se encuentran el hombre y la mujer costera.

Subiendo hacia las alturas medias de la Sierra Nevada aparecen las y los colonos –cachacos- que, provenientes de las regiones cafeteras de Santander, Boyacá, Tolima y Antioquia.

Finalmente, en las partes medias y altas de la Sierra Nevada habitan los indígenas integrantes de las etnias Kogi y Arhuaca, radicadas en los valles de los ríos Palomino, Don Diego y Buritaca; y los Arsarios, localizados en la cuenca media del río Guachaca. Estos grupos poblacionales minoritarios tienen como patrón los asentamientos dispersos, conservan las tradiciones culturales milenarias, fundamentadas en la religión, la naturaleza y autoridades propias.

1. 6 ENTORNO JURÍDICO³¹

Esta constituido por todas las normas que influyen directa o indirectamente en la empresa, ya sea con el fin de dar protección o imponer restricciones.

- **La Constitución Nacional:** Garantiza la libertad de empresa y la iniciativa privada dentro de los limites del bien común, pero la dirección general de la

³¹ Ibíd.

economía estará a cargo del estado, pudiendo intervenir y expropiar o indemnizar.

- **La Legislación Comercial:** Básica que incide en el comportamiento de la empresa. El nuevo Código de Comercio sirve de marco jurídico en la actividad comercial.
- **La Legislación Laboral:** De mayor incidencia en la gestión de la Empresa. El marco Jurídico utilizado es el Código Sustantivo del Trabajo.
- **La Legislación Penal:** Que se establece en el código Penal y algunas de sus normas regulan el comportamiento de los comerciantes e imponen sanciones penales a delitos como: alteración y modificación de calidad, cantidad, peso o medida; pánico económico, daño en materia prima y producto agropecuario e industrial; usurpación de marcas patentes, uso ilegítimo de patentes, exportación ficticia, daños en los recursos naturales, contaminación ambiental, violación de la libertad de trabajo, violación de los derechos de reunión y asociación.
- **La Legislación Civil:** Fundamental que regula el comportamiento de la empresa de estudio.
- **La Legislación Fiscal:** Establece el sistema tributario en el país.

- **La Legislación Especial:** Que comprende las normas y reglamentación especiales que regulan el comportamiento y el desempeño de las diferentes organizaciones de producción de bienes y servicios en general y específicamente según su naturaleza, actividad o tamaño. Estas normas son emanadas por los diferentes Ministerios o las Instancias Administrativas Gubernamentales a nivel Local, Regional o Nacional.

1.7 ENTORNO TECNOLÓGICO³²

El Estudio del Entorno tecnológico ofrece una visión del mercado de tecnología referido a la actividad de la empresa en el ámbito nacional. En nuestro caso en el ámbito nacional se ofrece mucha tecnología pero para adquirirla o utilizarla es necesario conocer cuáles son las características generales de los procesos productivos y administrativos asociados a la actividad de la empresa pues cada área de la institución requerirá en su momento y según su nivel de complejidad la adquisición de dicha tecnología.

1.8 ENTORNO ECOLÓGICO³³

El estudio del entorno ecológico comprende lo siguiente:

³² Ibid.

³³ Ibid.

Ubicación y Límites: Santa Marta se encuentra dentro de la Unidad Ambiental Costera de la Vertiente Norte de la Sierra Nevada de Santa Marta.

Limita por el Norte y el Oeste con el mar Caribe, por el Este con el departamento de La Guajira, y por el Sur con los municipios de Ciénaga y Aracataca, está localizada entre los 11° 14' 50'' de Latitud Norte y los 74° 12' 06'' de Longitud Oeste.

Bosques e Hidrografía: Riegan sus tierras los ríos Gayra, Manzanares, Piedras, MendiHuaca, Guachaca, Buritaca, Don Diego y Palomino. En la línea litoral sobresalen las bahías de Santa Marta, Gayra, Taganga, las puntas de Betín, Brava, Gloria, Castillete, El Diamante, y los cabos de La Aguja, San Agustín y San Juan del Guía. Dista de la capital de la República 1.286 Km.

Inventario de Flora y Fauna, compuesta por un mosaico de ecosistemas marinos y terrestres con distintos grados de intensidad e intercambio de materia y energía, a saber: fondos de plataforma continental, formaciones arrecifales, lechos de pastos marinos, sistema de playas y acantilados, ecosistema de manglar y bosques de transición, estuarios, deltas y lagunas costeras.

Topografía: La condición natural del territorio explica la existencia de dos parques nacionales naturales, que en su extensión abarcan 53% del área total de la ciudad, ellos son: el parque natural Tayrona, con 12.000 hectáreas (has.)

terrestres y 3.000 marinas, y la Sierra Nevada de Santa Marta, de carácter subregional, con una extensión de 113.396 has., parques que, además, condicionan el ordenamiento espacial de la ciudad.

Clima: La Sierra Nevada de Santa Marta, junto con su localización tropical, permite la existencia de pisos térmicos cálido, templado, frío y nival, y de diversos ecosistemas de significativa importancia que en su totalidad representan casi todo el espectro de la América tropical.

2 ANÁLISIS DEL MERCADO (OFERTA Y DEMANDA) EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E HISTÓRICO DE SANTA MARTA

Desarrollada la investigación de mercados, los resultados obtenidos en cuanto a la oferta y la demanda de los servicios de asesorías y consultorías, los resultados obtenidos fueron:

2.1 LA OFERTA DEL SERVICIO DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS

En la actualidad, existen en la ciudad de Santa Marta 71 empresas unipersonales dedicadas a las Asesorías y Consultorías, en los diversos campos del saber, sólo 3 de estas empresas, prestan sus servicios como asesores y consultores del área administrativa, son éstas: Mancasa, ubicada en la carrera 12 No. 22 – 50; Juan Antonio Rocha Goenaga, quien presta sus servicios en la Av. Del Río No. 19B – 21; Oscar Huguett Vargas, en la calle 9B No. 20-51.

2.2 DEMANDA POTENCIAL DEL SERVICIO DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS EN SANTA MARTA

Como demanda potencial del servicio de asesorías y consultorías, se ha establecido las micro y pequeñas empresas de los diversos sectores económicos

de la ciudad, así como aquellas personas que poseen una idea de negocio y no tienen un perfil definido en materia administrativa.

3 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES DE LA EMPRESA

3.1 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3.1.1 Nombre de la empresa. ASESORAMOS LTDA.

3.1.2 Razón social de la empresa. Prestación de servicios de asesoría y consultoría administrativa para las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Santa Marta.

3.1.3 Propietarios. Los propietarios de la empresa de Asesorías y Consultorías, son los señores:

CARLA DE VEGA

JORGE TRESPALACIOS

3.1.4 Domicilio. El domicilio principal de la empresa será la ciudad de Santa Marta, D.T.C.H., capital del departamento del Magdalena y sus oficinas principales funcionarán en un local ubicado en la carrera 17 No. 10 – 02.

3.1.5 Recursos de la empresa

3.1.5.1 Recurso humano. El capital humano de la empresa de Asesorías Y Consultorías ASESORAMOS LTDA., estará constituido de la siguiente manera:

Tabla 3. Capital humano necesario para la creación de la empresa de asesorías y consultorías, en el Distrito de Santa Marta.

ITEMS	CANTIDAD
PERSONAL DIRECTO	
<u>Administrativo</u>	
Gerente	1
<u>Profesional</u>	
Administrador de Empresas	2
<u>Técnico</u>	
Secretaria	1
<u>Operativo</u>	
Mensajero	1
Servicios Generales	1
Total Recurso Humano	6

Fuente: Los autores.

3.1.5.2 Recursos financieros. Los recursos financieros con los cuales se cuenta para la creación y desarrollo de la empresa de Asesorías y Consultorías es de Veinte Millones de pesos (\$20.000.000) en moneda legal, aportes en efectivo realizado por los socios, para la adquisición de los equipos necesarios para el montaje de la empresa.

3.1.5.3 Recursos tecnológicos. Los recursos de carácter tecnológico o logístico con los cuales contará la empresa para su normal desarrollo son los siguientes:

Tabla 4. Recursos tecnológicos necesarios para la iniciación de las actividades de la empresa de asesorías y consultorías en el Distrito de Santa Marta.

RECURSOS TECNOLÓGICOS	CANTIDAD
<u>Sistemas de Información Computarizada</u>	
Computador Compaq (completo)	2
Impresora Epson Stylus Color 777	2
Scanner HP 3400	1
<u>Sistemas de Tele - comunicaciones</u>	
Línea telefónica	2
Fax	1

Fuente: Los autores.

3.1.6 Estructura organizacional de la empresa. La estructura organizacional de la empresa de Asesorías y Consultorías.

Figura 2. Organigrama de la empresa de Asesorías Y Consultorías.



Fuente: Los autores.

4 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1 GASTOS DE CONSTITUCION

Para la constitución de la empresa de asesoría y consultoría, la empresa incurrirá en los siguientes gastos preoperativos:

Tabla 5. Inversiones en activos intangibles

ITEM DE INVERSIONES	COSTOS
Estudio factibilidad	\$200.000
Escritura	\$150.000
Gastos de organización	\$200.000
Imprevistos y caja menor	\$200.000
Montaje y puesta en marcha	\$250.000
TOTAL	\$1.000.000

Fuente: Los autores.

4.2 NÓMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO

Ver tabla 6.

Tabla 6. Costos mensuales por concepto: Nómina de personal administrativo.

CARGO	CANT.	COSTO UNITARIO COSTO MES	COSTO MES	COSTO ANUAL
Gerente	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 12.000.000,00
Secretaria	1	\$ 362.000,00	\$ 362.000,00	\$ 4.344.000,00
Mensajero	1	\$ 362.000,00	\$ 362.000,00	\$ 4.344.000,00
Servicios Generales	1	\$ 362.000,00	\$ 362.000,00	\$ 4.344.000,00
COSTO TOTAL NÓMINA			\$ 2.086.000,00	\$ 25.032.000,00

Fuente: Los autores.

4.3 COSTO MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

Para el normal funcionamiento de la empresa, se necesita la adquisición de los siguientes muebles y equipos de oficina. (Tabla 7)

4.3.1 Gastos por depreciación mensual de muebles y equipos de oficina. Los gastos que se generan por la depreciación acumulada de los muebles, enseres y equipos de comunicación y computación se aprecian en la tabla 8.

Tabla 7. Costos por concepto: adquisición de muebles y equipos de oficina.

MUEBLES Y ENSERES	CANT.	VR. UNIT.	VR. TOTAL
Computador	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000
Escritorio	3	\$ 348.000	\$ 1.044.000
Silla Rimax	10	\$ 14.500	\$ 145.000
Silla Giratoria	2	\$ 127.600	\$ 255.200
Archivador Madera	1	\$ 480.000	\$ 480.000
Mesa Computador	2	\$ 120.000	\$ 240.000
Máquina de Escribir Eléctrica Brother GX 8750	1	\$ 348.000	\$ 348.000
Fax Panasonic KX - FT21	1	\$ 490.000	\$ 490.000
Línea Telefónica	2	\$ 700.000	\$ 1.400.000
TOTAL MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA			\$ 9.402.200

Fuente: Los autores.

Tabla 8. Depreciación mensual de muebles y equipos de oficina.

MUEBLES Y ENSERES	CANT	VR. UNIT.	VR. TOTAL	DEPREC. ANUAL(%)	DEPREC. ANUAL	DEPREC. MENSUAL
Computador	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000	10	\$ 500.000	\$ 41.667
Escritorio	3	\$ 348.000	\$ 1.044.000	10	\$ 104.400	\$ 8.700
Silla Rimax	10	\$ 14.500	\$ 145.000	10	\$ 14.500	\$ 1.208
Silla Giratoria	2	\$ 127.600	\$ 255.200	10	\$ 25.520	\$ 2.127
Archivador Madera	1	\$ 480.000	\$ 480.000	10	\$ 48.000	\$ 4.000
Mesa Computador	2	\$ 120.000	\$ 240.000	10	\$ 24.000	\$ 2.000
Máquina de Escribir Eléctrica Brother GX 8750	1	\$ 348.000	\$ 348.000	10	\$ 34.800	\$ 2.900
Fax Panasonic KX - FT21	1	\$ 490.000	\$ 490.000	10	\$ 49.000	\$ 4.083
Línea Telefónica	2	\$ 700.000	\$ 1.400.000	10	\$ 140.000	\$ 11.667
VALOR TOTAL DEPRECIACIÓN ACUMULADA					\$ 940.220	\$ 78.352

Fuente: Los autores.

4.4 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS

Es necesario establecer un factor de Depreciación del costo fijo, de tal manera que el despacho quede en un valor justo:

Los costos fijos mensuales se demuestran en el cuadro 9.

Tabla 9. Costos fijos mensuales establecidos para la prestación del servicio de asesorías y consultorías.

DETALLE	COSTO (\$)	
	Mensual	Anual
Depreciación Equipos	\$ 78.352	\$ 940.220
Alquiler del Local	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Agua- Alcantarillado	\$ 25.000	\$ 300.000
Energía Eléctrica	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Teléfono	\$ 250.000	\$ 3.000.000
TOTAL	\$ 753.352	\$ 9.040.224

Fuente: Los autores.

Tabla 10. Otros Gastos Administrativos (Primer año de operaciones)

DETALLE	VALOR	VALOR TOTAL ANUAL
	MENSUAL	
Útiles y papelería para la oficina	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Cafetería y aseo	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Administración	\$ 65.000	\$ 780.000
TOTAL	\$ 415.00	\$ 4.980.000

Fuente: La investigación.

Tabla 11. Gastos Administrativos –Gastos fijos- (Primer año de operaciones)

Detalle	Valor Anual
Arriendo	3.600.000
Sueldos y Prestaciones	25.032.000
Depreciación	940.220
Otros Gastos Administrativos	4.980.000
Servicios Públicos	4.500.000
TOTAL	\$ 39.052.220

Fuente: La investigación.

Tabla 12. Amortización Gastos Diferidos

ACTIVO INTANGIBLE	Plazo de Amortiz.	Costo Activo.	Valor Amortización Anual				
			1	2	3	4	5
Gastos Preoperativos	5 años	1.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
TOTAL A AMORTIZAR			200.000	200.000	200.000	200.000	200.000

Fuente: los Investigadores.

En el costo de activos incluye gastos Preoperativos de constitución.

4.5 GASTOS DE VENTA

Los gastos de venta son causados por las funciones y actividades del servicio disponible para el usuario, ya que, estos ocasionarían gastos de promoción y publicidad, la venta y servicio de post-venta.

En el siguiente cuadro se organizaron los datos que se identificaron en el estudio técnico, correspondiente a determinar el monto anual de los gastos de ventas.

Tabla 13. Otros Gastos de ventas (Primer año de Operaciones)

Detalle	Valor Anual
Gastos de Promoción y Publicidad	2.000.000
TOTAL	2.000.000

Fuente: La investigación.

4.6 COSTO DE LAS ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS

Basados en los costos y gastos presentados anteriormente, así como también, los precios promedios cobrados por los servicios de asesorías y consultorías en el mercado de la ciudad, se fija el costo de la prestación del servicio, tomando un margen de ganancia. El precio de la asesoría actualmente es de \$ 2.500.000.

El número total de asesorías y consultorías de acuerdo a la cantidad de empresas exportadoras en el Distrito está estipulado es de 100 al año.

Los costos fijos totales ascienden a \$ 39.052.220

$$\frac{39.052.200}{100} = 390.522$$

$$Cfu = 390.522$$

Se establece un margen de utilidad del 30%

Precio Mínimo del servicio	390.522	15.63%
Margen de Utilidad	2.109.478	84.37%
<hr/>		
Precio de Venta del Producto	2.500.000	100.00 %

4.7 ANÁLISIS DEL MARGEN DE UTILIDAD

$$\text{Costos Variable Unitario} = \frac{\text{Costo variable anual}}{\text{\# asesorías y consultorías}}$$

$$\text{Costos Variable Unitario} = \frac{2.000.000}{100} = 200.000$$

$$Cvu = 200.000$$

$$\text{Margen de Contribución} = \text{Precio del Servicio} - \text{Costo Variable Unitario}$$

$$\text{Margen de Contribución} = 2.500.000 - 200.000 = 2.300.000$$

El margen de contribución unitario, cubrirá los costos y gastos fijos de la empresa y dejará el excedente que será la ganancia.

$$\text{Utilidad Liquida} = \text{Margen De Contribución} - \text{Costos Fijos Unitarios}$$

$$\text{Utilidad Liquida} = 2.300.000 - 390.522 = \$ 1.909.478$$

4.8 DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Teniendo en cuenta que el punto de equilibrio es el nivel donde los ingresos son iguales a los egresos, es en esta fase donde se determinó el número de asesorías y consultorías que se deben prestar para cubrir los costos.

De acuerdo a lo anterior, se puedes determinar fácilmente el número de unidades que se producirán para alcanzar dicho punto:

Ingresos = Precio x (número de empresas a prestar el servicio)

$$\begin{array}{lcl} & I & = \quad p.x \\ \text{pero} & I & = \quad CT \end{array}$$

Costo Total (en Q_0) = $CT. = CF + C_{vu}X_e$.

$$P X_e = CF + C.v.u.X_e$$

$$P X_e - C_{vu}.x_e = CF$$

Factorizando:

$$X_e (p - C_{vu}) = CF$$

$$X = \frac{C.F}{P - C.v.u}$$

En donde:

X_e = número de unidades en punto de equilibrio.

C_f = costo fijo

P = precio unitario

$C.v.u$ = costo variable unitario

$$Xe = ?$$

$$P = 2.500.000$$

$$Cf = \$ 39.052.220$$

$$Cv = \$ 2.000.000$$

$$CT = Cf + Cv$$

$$CT = 39.052.220 + 2.000.000$$

$$CT = \$ 41.052.220$$

a. Se halló Xe,

$$Xe = \frac{CF}{P - Cvu}$$

$$Xe = \frac{39.052.220}{2.500.000 - 200.000}$$

$$Xe = \frac{39.052.220}{2.300.000}$$

$$Xe = 16.97 \text{ asesorías anuales}$$

Lo anterior denota claramente, que para que la empresa no obtenga utilidades ni pérdidas, deberá prestar anualmente asesorías aproximadamente a 17 micro y pequeñas empresas.

4.9 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Los estados financieros que se proyectarán para determinar la viabilidad o no de la empresa de Asesorías y Consultorías a las micro y pequeñas empresas en el Distrito de Santa Marta son: Balance General Inicial, Estados de Resultados a 31 de diciembre de 2003 y el Flujo de Efectivo con proyección a cinco años.

4.9.1 Balance general inicial proyectado. Ver tabla 14.

4.9.2 Estado de resultados proyectado. Ver tabla 15.

4.9.3 Flujo de efectivo proyectado. Ver tabla 16

Tabla 14. Balance general inicial proyectado.

EMPRESA DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS

BALANCE GENERAL INICIAL

Octubre 02 de 2003

ACTIVOS

Activo Corriente

BANCOS		\$ 10.598.000
--------	--	---------------

Total Activo Corriente		\$ 10.598.000
------------------------	--	---------------

Activos Fijos

Muebles y Equipos de Oficina	\$ 3.002.000	
------------------------------	--------------	--

Equipos de Computación y	\$ 6.400.000	
--------------------------	--------------	--

Comunicación

Total Activos Fijos	\$ 9.402.000	
---------------------	--------------	--

Otros Activos

Gastos Preoperativos	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
----------------------	--------------	--------------

TOTAL ACTIVOS	\$ 21.000.000	
---------------	---------------	--

PASIVOS

Pasivos Corrientes		0
--------------------	--	---

Subtotal Pasivos Corrientes

PATRIMONIO

Aportes Sociales	\$ 21.000.000	
------------------	---------------	--

Subtotal Patrimonio	\$ 21.000.000	
---------------------	---------------	--

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 21.000.000
---------------------------	--	---------------

Tabla 15. Estado de resultados proyectado.

EMPRESA DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Diciembre 31 de 2003

INGRESOS

Ventas Netas 25 · \$ 2.500.000,00 \$ 62.500.000,00

Costo de Ventas

Insumos \$ -

Total Costos de Prestación del Servicio \$ -

UTILIDAD BRUTA EN VENTAS \$ 62.500.000,00

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Gastos Administrativos \$ 9.763.050,00

Gastos de Promoción y Publicidad \$ 500.000,00

Gastos de Depreciación \$ 235.056,00

Total Gastos de Administración \$ 10.498.106,00

UTILIDAD ANTES DE \$ 52.001.894,00

IMPUESTOS E INTERESES

Intereses \$ -

UTILIDAD ANTES DE \$ 52.001.894,00

• IMPUESTOS

Impuestos (35%) \$ 18.200.662,90 \$ 18.200.662,90

UTILIDAD NETA \$ 33.801.231,10

RESERVAS

Reserva Legal (10%) \$ 3.380.123,11

Reserva Estatutaria \$ 6.760.246,22 \$ 10.140.369,33

UTILIDAD POR DISTRIBUIR \$ 23.660.861,77

**FLUJO DE CAJA FINANCIERO
EMPRESA DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS ASESORAMOS LTDA.**

08

Ventas		Optimista	Valor Acción	Número de Acciones			
		2.500.000	\$ 10.000,00	2.100			
Costos Fijos		\$ Pesos					
Personal	de	\$ 25.032.000					
Administración							
Servicios Públicos		\$ 4.500.000					
Insumos		\$ 0					
Arriendo		\$ 3.600.000,00					
Depreciación		\$ 940.220,00					
Otros		\$ 3.130.200,00					
Diferido		\$ 200.000,00					
Costos Variables							
Salario personal de Ventas		0,00					
Publicidad		\$ 2.000.000,00					
FLUJO DE CAJA		Año 0	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Precio de Venta			2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Servicios vendidos			25	100	100	100	100
Ingresos			62.500.000	250.000.000	250.000.000	250.000.000	250.000.000
Egresos							
Costos Fijos			\$ 37.402.420	\$ 37.402.420	\$ 37.402.420	\$ 37.402.420	\$ 37.402.420
Costos Variables			\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00
Total Egresos			\$ 39.402.420,00	\$ 39.402.420,00	\$ 39.402.420,00	\$ 39.402.420,00	\$ 39.402.420,00
Flujo de Caja I-E			\$ 23.097.580,00	\$ 210.597.580,00	\$ 210.597.580,00	\$ 210.597.580,00	\$ 210.597.580,00
			\$ 8.084.153,00	\$ 73.709.153,00	\$ 73.709.153,00	\$ 73.709.153,00	\$ 73.709.153,00
Flujo de Caja I-E CI		-\$ 21.000.000	\$ 15.013.427,00	\$ 136.888.427,00	\$ 136.888.427,00	\$ 136.888.427,00	\$ 136.888.427,00
TIR		241%					
VPN		\$ 235.300.611,79					

Los resultados del flujo de caja proyectado, muestran lo rentable que sería la constitución de dicha empresa, reflejado en la tasa interna de retorno, la cual es del 241%, es decir, un 141% por encima del valor porcentual estimado el cual es del 30%. Así mismo, de acuerdo a la inversión inicial realizada, la empresa tiene un valor presente neto al final de los cinco años, de \$ 235.300.611,79, donde la inversión inicial es de \$21.000.000.

Por lo tanto, se estima la viabilidad financiera, técnica, administrativa para la constitución de la empresa de Asesorías y Consultorías Administrativas "ASESORAMOS" LTDA.

5 CONCLUSIONES

Culminado el proceso investigativo y de procesamiento de datos, se concluye:

Es de valiosa importancia para decidir emprender el camino hacia el éxito como empresario o para iniciar algún proyecto de inversión, formular y realizar previamente una investigación que permita determinar la viabilidad o no del proyecto. En el caso del presente trabajo de Grado, gracias a los aportes teóricos y lineamientos para la formulación, investigación y evaluación de proyectos, a través del análisis administrativo, financiero y de mercado, se pudo llegar a la establecer que: gracias a las intenciones facilitadoras del gobierno nacional (a través de sus políticas de incentivos fiscales y legislaciones), para la generación de empresas que apoyen la disminución del desempleo en el país, coadyuven a mejorar las condiciones de los diversos sectores económicos, así como también, a la existencia de la demanda actual y potencial del servicio de asesorías y consultorías, debido al rápido incremento del número de empresas que se están dedicando a exportar sus productos, la constitución de la empresa resulta económicamente rentable, como se observa en los resultados obtenidos en el Flujo de Caja –TIR y el VPN -.

Es difícil entender cómo es posible que en la ciudad de Santa Marta, puerto del caribe colombiano, con un capital humano con excelencia, calidad y eficiencia en

las áreas del saber económico y comercial, aún no se de la importancia necesaria al sistema empresarial, en especial al dedicado a las empresas de asesorías y consultorías para las micro y pequeñas empresas que requieran de información y orientación básica en temas como la administración de negocios y de los mercados locales y regionales existentes para cada bien o producto que sea producido por las empresas nacionales.

En síntesis, actualmente se dan en la ciudad de Santa Marta las condiciones y/o parámetros necesarios para crear la empresa de asesorías y consultorías, las cuales se resumen en: la gran cantidad de demanda potencial que existe, más aún cuando las empresas encuentran en los diversos mercados mayores oportunidades de comercialización de sus bienes y/o productos; la baja oferta del servicio de asesorías y consultorías interdisciplinarias internacionales, la favorabilidad legal y política, como la rentabilidad económica y los beneficios sociales que generaría la creación de dicha organización para el grupo de profesionales responsables de la misma.

6 RECOMENDACIONES

Dada la viabilidad arrojada por el estudio realizado, para la creación de la empresa de asesorías y consultorías a las empresas de los diferentes sectores de la economía colombiana en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, vale recomendar a:

Todas las instituciones de educación superior de la ciudad, en especial la Universidad del Magdalena, estimular a todos aquellos profesionales del área de las Ciencias Económicas, para que sirvan como apoyo al desarrollo institucional y de las empresas de los diversos entes económicos de la ciudad.

Las entidades gubernamentales (nacionales, departamentales y distritales) sigan estimulando a los jóvenes profesionales emprendedores en la creación de unidades económicas, y así brindar mayores oportunidades de empleo, desarrollo y crecimiento personal y profesional de éstos.

Las empresas, aprovechar al máximo la capacidad y ética profesional de las empresas asesoras y consultoras, con el fin de incrementar y/o mejorar sus procesos administrativos, buscando posicionar a su empresa en el ámbito local, regional, nacional y por qué no, con proyección internacional.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA Distrital DE SANTA MARTA. Decreto 1045 de 1992: Plan de Desarrollo del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta. Tomo I y II. Santa Marta, 1992.

ARANDA Medina, Tomás; SÁNCHEZ Medina, José Javier. Creación de una empresa de exportación de plátano, en la Zona Franca Industrial de Santa Marta, 2001. Santa Marta, 2001. Trabajo de Grado (Economista con énfasis en Economía Internacional) Universidad del Magdalena. Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas. Programa Economía.

Banco Interamericano de Desarrollo. Informe Reunión Cumbre de Microcrédito. "La microempresa en Latinoamérica". Washington, D.C. Febrero de 1997. URL: <http://www.inform.umd.edu/SPAN/spanfac/Rlavine/span315/microempresahtml>.

BIERMAN, Enrique. Metodología de la investigación y del trabajo científico. Ed. Unisur. Quinta duplicación. Santafé de Bogotá D.C. 1995.

BURBANO RUÍZ, Jorge E. ORTIZ GOMEZ, Alberto. Presupuestos. Enfoque moderno de planeación y control de recursos. Segunda edición. McGraw-Hill Interamericana S.A. Santafé de Bogotá. 1995.

CÁMARA DE COMERCIO. Normas fundamentales sobre actividades del comercio.
Volumen XI. Santa Marta.

CASTILLO Castillo, Omar David; ROJANO Fontanilla Jorge Eliécer. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de aceite de palma africana (*elais guineensis jacq*), en el distrito de Santa Marta. Santa Marta, 2003. 171 p. Trabajo de Grado (Economista con énfasis en Economía Internacional) Universidad del Magdalena. Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas. Programa Economía.

C.E. Bishop; W.P. Toussaut. Introducción al análisis económico de las microempresas, 1972. De Limusa – Wesley S.A.

CENTRO DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES. Enciclopedia de Informática y Computación. Deontología informática. Cultural S.A. Madrid, España 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción A La Teoría General De La Administración 4ta ed. McGraw-Hill. Santa Fe de Bogotá 1993. 880 p.

GALLARDO De P., Yolanda. Et al. Formulación y evaluación de proyectos. Pamplona (Nte. De Santander) Feade. 95 p.

GARCÍA Serna, Oscar León. Administración Financiera. Cali, 1991. Prensa Moderna, Impresores S.A. 459 p.

GÓMEZ BRAVO, Oscar. Contabilidad de Costos. Segunda edición. McGraw-Hill. Santafé de Bogotá D.C., Colombia. Junio de 1995.

HEYEL, Carl. Enciclopedia de Gestión y Administración de Empresas. Grijalbo. Barcelona 1984.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Tesis y otros trabajos de grado. Santa Fe De Bogotá, D.C.: Incontec. 2003. 100 P. NTC. 1486.

KOONTZ, Harold; WEIHRICH, Heinz. Administración Una Perspectiva Global. 11^a ed. McGraw-Hill. Santa fe de Bogotá 1998. 796 p.

MÉNDEZ, José y Otros. Dinámica social de las organizaciones internacionales. Ciudad de México, Editorial Grijalbo, 1986.

PARRA ESCOBAR, Ernesto. Microempresa y Desarrollo. Publicación del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. Bogotá, 1985.

PLAZA Y JANES. La empresa. Barcelona. Editorial Plaza y Janes. 1990.

QUINTERO, Víctor M. Alternativa Microempresarial. Grupo editorial 87. Universidad San Buenaventura. Seccional Cali. 1989.

RAMIREZ P., David Noel; CABALLO Garza, Mario A. Empresas Competitivas, Una Estrategia De Cambio Para El Éxito. McGraw – Hill. Mexico, 1997.

SABOGAL De Rey, María Yolanda; ZAMBRANO Garzón, Héctor Germán. Estudio de mercado para una microempresa de producción y distribución de dulces en el barrio Cristo Rey de la ciudad de Santa Marta, D.T.C.H., 2000. Santa Marta, 2000. 92 p. Trabajo de Grado (Administrador de empresas). Universidad del Magdalena. Facultad de Ciencias Económicas.

SAPAG Chain, Nassir; SAPAG Chain, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos, Segunda Edición. México 1991. McGraw-Hill Interamericana de México, S.A. de C.V. p. 25 –26, ISBN 968-422-045-6

TAMAMES, Ramón; Gallego, Santiago. Diccionario de Economía y Finanzas. Madrid. Alianza Editorial, S.A., 1998. pág. 411

Universidad Del Magdalena. Acuerdo 003. Santa Marta.

WEIERS, Ronald M. Investigación De Mercados. México, D.F. Prentice Hall Hispanoamericana S.A. 1986. 540 p. ISBN 968-880-066-X.

ANEXOS

**Anexo A. Encuesta realizada a las directivas de las micro y pequeñas
empresas del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta**

Proceso de Mejoramiento de la Calidad	Calificación de la Organización					
	5	4	3	2	1	NA
La empresa provee de información a cada miembro del recurso humano sobre los deberes y derechos que tendrá en la entidad.						
La empresa garantiza a sus proveedores, una vez contratados, un proceso de inducción, dotándolos de información.						
La organización cuenta con un sistema de información formal.						
La organización cuenta con un proceso sistemático para tramitar y dar respuesta a las solicitudes de productos y/o servicios de los clientes.						
Se cuenta en la organización con un proceso para la toma de decisiones de las directivas.						
Los resultados de las actividades del mejoramiento de la calidad son comunicados.						
Existen procesos para identificar y responder a las necesidades de los clientes internos y externos de la organización.						
Existen procesos para el manejo seguro del espacio físico, equipos e insumos.						
Las directivas están involucradas en la difusión, seguimiento del plan de direccionamiento estratégico de la empresa.						
Existe un proceso que a partir del direccionamiento estratégico construye un plan de acción.						
Existe un responsable organizacional para garantizar las labores de integridad y continuidad estratégica.						
Cuenta la organización con un direccionamiento estratégico						

definido.						
Conoce el recurso humano el direccionamiento estratégico de la organización.						
Participan los trabajadores en el proceso de formulación de estrategias para el desarrollo de las actividades de la empresa.						
Las directivas de la organización tienen como nivel educativo base, el profesional con conocimientos en el área de la administración y/o economía.						
Las directivas basan sus decisiones en la experiencia, o en las previsiones realizadas en el proceso de la planeación.						
Se establecen mecanismos de consenso para la escogencia o priorización de las ideas expuestas teniendo en cuenta su incidencia o urgencia.						
La organización posee una cultura corporativa bien definida.						
El clima organizacional en medio del cual se desarrollan las actividades propias de la empresa es el óptimo.						
El ambiente laboral presentado al interior de la organización es el apropiado.						
Posee la empresa los recursos (financieros, tecnológicos, humanos, físicos) suficientes, lo que le permita un excelente desarrollo organizacional y participación competitiva en el mercado del sector.						
Ha requerido en alguna ocasión de los servicios de Asesorías y/o Consultorías Administrativas de asesores externos.						

De acuerdo a lo anterior, responda:

ÍTEMS	SI	NO	NS	NR
Estaría en algún momento dado a solicitar los servicios de asesores y/o consultores con experiencia en el área administrativa.				
Liderar el proceso de cambio hacia el mejoramiento continuo de los procesos gerenciales con la ayuda de asesores externos				
Desarrollar más los conocimientos administrativos con la ayuda y/o colaboración de grupos asesores – consultores externos				

¿Cuáles son los factores administrativos más frecuentes que hacen parte del servicio por los cuales es contratada su entidad asesora o consultora?

**Anexo B. Encuesta realizada a las empresas de Asesoría y Consultoría
en el Distrito de Santa Marta**

1. Como empresas dedicadas a la Asesoría y Consultoría, ¿Ofrecen ustedes asesorías de tipo administrativo a las empresas samarias?

Si ____ No ____

2. Dentro del portafolio de servicios que la empresa ofrece a sus clientes o usuarios, ¿están?:

- A. Formación.
- B. Financiación y riesgos de cambio en inversiones.
- C. Asesoramiento administrativo y comercial.
- D. Gestión de financiación de proyectos de inversión.
- E. Asesoramiento financiero y bancario
- F. Asesoramiento sobre fiscalidad.
- G. Centro DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL.
- H. Asistencia técnica sobre desarrollo empresarial y medio ambiente.

3. Dentro de las técnicas específicas para el análisis de oportunidad en mercados aplicadas por ustedes, para un mejor asesoramiento, ¿se encuentran?:

A. Evaluación preliminar para mercados atractivos.

- Investigación de medios noticiosos y publicaciones comerciales.
- Estudios de los aspectos favorables y desfavorables del mercado.
- Análisis de estadísticas secundarias.
- Participación en ferias y exposiciones comerciales.
- Promociones y/o investigaciones dirigidas a probables de distribuidores o usuarios finales.
- Agrupación por sectores (por ejemplo, por características demográficas)

B. Evaluación del potencial del mercado de la industria.

- Análisis de tendencias: Producción interna más importaciones menos exportaciones.
- Regresiones y elaboración de pronósticos econométricos.
- Análisis de indicadores claves de demanda.
- Seguimiento de contratistas importantes en el mundo.
- Estimación por analogía.
- Otros estimativos desde los más generales hasta los más detallados (índices de factores múltiples, análisis de coeficientes en cadena, medidas de elasticidad del ingreso, análisis de insumos – producción, etc)

C. Análisis del potencial de ventas y rentabilidad de la empresa.

- Encuestas de usuarios finales y distribuidores.
- Auditorias comerciales.
- Recolección de información de la competencia.
- Investigación de mercados personalizados.

4. Teniendo en cuenta el tipo de empresa, identifique los temas dominantes de la investigación realizada:

a. Empresa reactiva/oportunista

- Cómo determinar la rentabilidad de la empresa
- Cómo responder a los requerimientos y los pedidos.
- Cómo verificar la solvencia crediticia.
- Cómo obtener financiación para el funcionamiento.
- Cómo disponer el embalaje, la documentación y los embarques para la comercialización.

b. Empresa experimental/activa

- Cómo localizar clientes potenciales.
- Cómo evaluar las oportunidades de ventas en mercados específicos.
- Cómo seleccionar distribuidores locales y respaldarlos.

- Cómo adaptar los productos para clientes.
- Cómo preparar materiales promocionales y productos para exhibiciones.
- Cómo manejar la organización interna.

c. **Empresa compleja/comprometida**

- Cómo desarrollar oportunidades a largo plazo.
- Cómo clasificar por prioridades los mercados.
- Cómo seleccionar alternativas de entrada disponibles.
- Cómo preparar e implementar los planes de desarrollo empresarial.
- Cómo monitorear el desempeño de las empresas subsidiarias.



**Anexo C. Documentación legal en la constitución de empresas en
Santa Marta**



REGISTRO UNICO EMPRESARIAL
ANEXO MATRICULA MERCANTIL O RENOVACION
PERSONAS NATURALES, SOCIEDADES, EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO,
ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO, SUCURSALES O AGENCIAS

• Disponer en con exactitud y diligencia a los datos que se solicitan en este anexo.
 • La información adicional a la prevista por el artículo 32 del Código de Comercio, se utiliza en los estudios que, en su momento, la Cámara, autoriza el uso y divulgación de los
 • La información reportada en el presente anexo.
 • Importante: Los datos consignados en este anexo, deben ser absolutamente verídicos y en consecuencia comprometen a la realidad del participante. Por lo anterior, se advierte
 • que cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley Penal (artículo 38, Código de Comercio).
 • No obstante, los datos consignados, son de uso exclusivo de la Cámara de Comercio.

CODIGO DE LA CAMARA: AÑO:

INFORMACION COMERCIAL	Registro Unico Empresarial No. <input style="width: 100px;" type="text"/>		SOLO PARA PERSONAS NATURALES EXTRANJERAS NACIONALIDAD: <input style="width: 100px;" type="text"/>	
	ENTIDADES DE CREDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES			
	NOMBRE DE LA ENTIDAD: <input style="width: 150px;" type="text"/>		OFICINA: <input style="width: 150px;" type="text"/>	
	NOMBRE DE LA ENTIDAD: <input style="width: 150px;" type="text"/>		OFICINA: <input style="width: 150px;" type="text"/>	
INFORMACION FINANCIERA	REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS			
	NOMBRE: <input style="width: 100px;" type="text"/>		DIRECCION: <input style="width: 100px;" type="text"/>	
	NOMBRE: <input style="width: 100px;" type="text"/>		DIRECCION: <input style="width: 100px;" type="text"/>	
	MARQUE CON UNA X SI ES IMPORTADOR <input type="checkbox"/>		EXPORTADOR <input type="checkbox"/>	
	PERSONAL OCUPADO A NIVEL NACIONAL: <input style="width: 100px;" type="text"/>			
	INFORMACION FINANCIERA			
	LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER AL BALANCE DE APERTURA O A DICIEMBRE 31 DEL ULTIMO AÑO (INCLUYENDO AJUSTES POR INFLACION)			
	ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
	Corriente \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Pasivo Corriente \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Ingresos Operacionales \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	
	Fijo Neto \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Largo Plazo \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Gros. Operacionales de Ventas \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	
Otros \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Pasivo Total \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Gros. Operacionales de Administración \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>		
Valorizaciones \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Patrimonio Total \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Utilidad / Pérdida operacional \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>		
Activo Total \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Pasivo + Patrimonio \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>	Utilidad / Pérdida neta \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>		
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA				
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO <input type="checkbox"/> SUCURSAL <input type="checkbox"/> AGENCIA <input type="checkbox"/>		MATRICULA MERCANTIL No. <input style="width: 100px;" type="text"/>		
MATRICULA <input style="width: 50px;" type="text"/> RENOVACION <input style="width: 50px;" type="text"/>		NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA: <input style="width: 150px;" type="text"/>		
DIRECCION: <input style="width: 100px;" type="text"/>		ZONA POSTAL: <input style="width: 50px;" type="text"/>	MUNICIPIO: <input style="width: 50px;" type="text"/>	
TELEFONO(S): <input style="width: 100px;" type="text"/>		FAX: <input style="width: 50px;" type="text"/>	BUZON ELECTRONICO: <input style="width: 100px;" type="text"/>	
DIRECCION PARA NOTIFICACION JUDICIAL: <input style="width: 100px;" type="text"/>		MUNICIPIO: <input style="width: 50px;" type="text"/>	DEPARTAMENTO: <input style="width: 50px;" type="text"/>	
			CODIGO DANE: <input style="width: 50px;" type="text"/>	
INFORMACION ECONOMICA	ACTIVIDAD MERCANTIL DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA			
	Especifique en orden de importancia su actividad mercantil:			CLASIFICACION CIU
	1. <input style="width: 150px;" type="text"/>			<input style="width: 20px;" type="text"/>
	2. <input style="width: 150px;" type="text"/>			<input style="width: 20px;" type="text"/>
	3. <input style="width: 150px;" type="text"/>			<input style="width: 20px;" type="text"/>
	PERSONAL VINCULADO AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA: <input style="width: 100px;" type="text"/>			ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA: <input style="width: 100px;" type="text"/>
	INFORMACION SOBRE EL ESTABLECIMIENTO			
	PROPIETARIO UNICO <input type="checkbox"/>		SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/>	
	EL LOCAL DONDE FUNCIONA EL ESTABLECIMIENTO ES: PROPIO <input type="checkbox"/>		AJENO <input type="checkbox"/>	
	PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA			
NOMBRE DE LA(S) PERSONA(S) O SOCIEDAD(ES) PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA (Si son más de dos relaciones en hoja anexa)				
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL PROPIETARIO: <input style="width: 100px;" type="text"/>		C.C. O NIT: <input style="width: 100px;" type="text"/>		
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR: <input style="width: 100px;" type="text"/>		FIRMA: <input style="width: 100px;" type="text"/>		
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL PROPIETARIO: <input style="width: 100px;" type="text"/>		C.C. O NIT: <input style="width: 100px;" type="text"/>		
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR: <input style="width: 100px;" type="text"/>		FIRMA: <input style="width: 100px;" type="text"/>		
NOMBRE DEL ADMINISTRADOR: <input style="width: 100px;" type="text"/>		C.C. No. <input style="width: 100px;" type="text"/>		
APORTES EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO				
APORTES LABORALES \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>		% APORTES ACTIVOS \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>		
APORTES LABORALES ADICIONALES \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>		% APORTES EN DINERO \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>		
TOTAL APORTES \$ <input style="width: 100px;" type="text"/>				
PROPIETARIOS	FIRMA		ESPACIO RESERVADO PARA LA CAMARA DE COMERCIO	
	FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR		FIRMA Y SELLO DE LA CAMARA DE COMERCIO	
DOCUMENTO DE IDENTIFICACION No. <input style="width: 100px;" type="text"/>				



REGISTRO UNICO EMPRESARIAL CARATULA UNICA EMPRESARIAL

CONFECAMARAS

IDENTIFICACION

NIT 01 C.C. 02 C.E. 03 PASAPORTE 04

No. D.V.

País Pasaporte

REGISTRO MERCANTIL / SIN ANIMO DE LUCRO / DE PROPOSITOS
INSCRIPCION / MATRICULA 01 RENOVACION 02

CAMARA INSCRIPCION / MATRICULA

UBICACION Y DATOS GENERALES

1. NOMBRE O RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA LGGR

2. NOMBRE COMERCIAL 3. SIGLA

4. DOMICILIO PRINCIPAL O DIRECCION DE GERENCIA 5. MUNICIPIO

6. DEPARTAMENTO 7. TELEFONO 8. FAX 9. A.A.

10. E-MAIL 11. PAGINA WEB

12. DIRECCION PARA NOTIFICACION LGPR 13. MUNICIPIO

14. DEPARTAMENTO 15. TELEFONO 16. FAX 17. A.A.

18. E-MAIL 19. PAGINA WEB

TIPO DE ORGANIZACION

SOCIEDAD COLECTIVA 01 SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE 02 SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES 03 SOCIEDAD LIMITADA 04

SOCIEDAD ANONIMA 05 SOCIEDAD DE ECONOMIA MIXTA 06 SUBSIDIARIA DE SOCIEDAD EXTRANJERA 07 EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO 08

ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO 09 SOCIEDAD DE HECHO 10 PERSONA NATURAL 11

ORGANIZACIONES DE ECONOMIA SOLIDARIA 12

ESPECIFICAR:

COOPERATIVA 12.1 PRECOOPERATIVA 12.2 INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMIA SOLIDARIA 12.3

EMPRESA DE SERVICIOS 12.4 FONDO DE EMPLEADOS 12.5 COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO 12.6

ASOCIACION MUTUAL 12.7 EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD 12.8 EMPRESA COMUNITARIA 12.9

FEDERACION Y CONFEDERACION 12.10 EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO 12.11

ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO 13 CUAL OTROS 99 CUAL

FECHA DE CONSTITUCION

HASTA

COMPOSICION DEL CAPITAL SOCIAL

1. NACIONAL 1.1 PUBLICO % 2. EXTRANJERO 2.1 PUBLICO %

1.2 PRIVADO % 2.2 PRIVADO %

ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA

ACTIVA 01 ETAPA PREOPERATIVA 02 EN CONCORDATO 03

INTERVENIDA 04 EN LIQUIDACION 05 ACUERDOS DE REESTRUCTURACION 06

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONOMICA QUE DESARROLLAN

1. AGRICOLARIOS 2. MINEROS 3. MANUFACTUREROS 4. SERVICIOS PUBLICOS

5. CONSTRUCCION Y OBRAS CIVILES 6. COMERCIALES 7. RESTAURANTES Y HOTELES 8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

9. COMUNICACION 10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS 11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES

ACTIVIDADES ECONOMICAS (Describe por orden de importancia las principales actividades económicas)

1.

2.

3.

4.

5.

CIU REV. 3 A.C.

FECHA DE DILIGENCIAMIENTO: DIA MES AÑO

REPRESENTANTE LEGAL O INSCRITO: NOMBRE FIRMA C.C.

PERSONA QUE DILIGENCIA: NOMBRE CARGO TEL. E-MAIL

PARA USO EXCLUSIVO DE LA ENTIDAD

FECHA DE RECEPCION: DIA MES AÑO

FUNCIONARIO QUE RECIBE EL FORMULARIO: NOMBRE FIRMA

PARA CONSULTAS O ACLARACIONES DIRIGIRSE A: TELEFONO E-MAIL WEB

REPORTE CUALQUIER CAMBIO QUE SE PRODUZCA EN LOS DATOS PREDILIGENCIADOS

IMPRESO POR: (FOLIO 1 DE 2) FORMULARIO 1 - REGISTRO UNICO EMPRESARIAL

CAMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA

FORMULARIO DE SOLICITUD DE NIT



CAMARA	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	Número de matrícula o inscripción	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>
Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio			

1) Marque con una X en la casilla que corresponda:

Inscripción RIT (Primera vez)	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	Actualización RIT	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>
-------------------------------	---	-------------------	---

2) Número de identificación tributario (NIT). Diligencielo sólo en caso de actualizaciones.

<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	DV	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>
---	----	---

3) Razón Social o Nombre. Diligencia en todos los casos.

4) Solicitud de inscripción y/o modificación del Registro Único Tributario RUT de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN.

4.1. Es contribuyente SI NO

4.2. Registro Nacionales de Vendedores (Impuesto sobre las Ventas)

Régimen Común Régimen Simplificado

5) Fecha de Inicio de actividades (Solamente si diligenció el numeral 4.2.)

<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>
---	---	---	---	---	---

Año

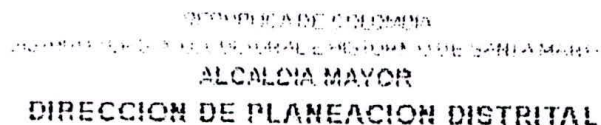
Mes

Día

6) Firmas:

Contribuyente o Representante Legal

C.C.



1. *Die Bedeutung der Sprache in der Kultur*

2. *Die Rolle der Sprache in der Gesellschaft*

3. *Die Funktion der Sprache in der Wissenschaft*

4. *Die Entwicklung der Sprache über die Jahrhunderte*

5. *Die Sprache als Spiegel der Kultur*

6. *Die Sprache als Werkzeug der Kommunikation*

7. *Die Sprache als Ausdruck der Identität*

8. *Die Sprache als Medium der Kunst*

9. *Die Sprache als Träger der Tradition*

10. *Die Sprache als Ausdruck der Macht*

[illegible][illegible]

FIGURE 14. THE PROBLEM OF CHOICE OF FIELDS ALGEBRAICALLY DEPENDENT ESTABLISHMENT

7. PROCEDIMIENTO PARA LA VERIFICACIÓN DE NO PRESIÓN DE LÍQUIDO DUEDE FORMARSE A PUERTAS CERRADAS

$$f(x) = f_0(x) + \sum_{i=1}^n \lambda_i (f_i(x) - 1) + \sum_{j=1}^m \mu_j (g_j(x) - 1)$$

5. FREQUENT AND ALTERNATE DEPENDENT VARIABLES

INTENSIDAD AUDITIVA: SE PROHIBE LOS ALTOS DECIBELES MUSICALES.

THE PROHIBITION OF THE SALE OF ALCOHOLIC BEVERAGES
IN THE DISTRICT OF COLUMBIA AND THE DISTRICT OF COLUMBIA

El presente informe se elaboró a partir de los datos de la encuesta realizada el 11 de noviembre de 1984, en el sector urbano de la ciudad de Lima. En la encuesta se aplicó el cuestionario a 1.000 personas, de las cuales 500 fueron de la ciudad de Lima y 500 de la zona rural. Los datos se analizaron y se elaboró este informe.

• 5. 2011. 11. 11.

Figure 1. Schematic representation of the experimental design. The subjects were divided into two groups: the control group and the experimental group. The control group was divided into two subgroups: the control group and the experimental group. The experimental group was divided into two subgroups: the control group and the experimental group. The control group was divided into two subgroups: the control group and the experimental group. The experimental group was divided into two subgroups: the control group and the experimental group.

229495

1. 2. 3.

1995

09-03-2017 17:42:28

0.05.

NO TIME VALIDEZ

PROBATIONARY WATER QUALITY STANDARDS

0500-4176/95/0000-0000\$05.00/0

DR. WILSON ARRIAGUABARCO DONETZ

外來種、本地種、土著種、遷移種、移殖種、移殖種、移殖種

1. *Upholder* – people who believe in the importance of universal principles and who are likely to stand up for them, even if it means going against the majority.

100% of the total sample of 1,000 respondents who completed the survey.

El presente informe, elaborado en el marco de la Ley de Fomento del Empleo, tiene como objetivo principal proporcionar información detallada sobre la situación del mercado laboral en el sector público, así como sobre las políticas y medidas implementadas para promover el empleo y el desarrollo económico. El informe se estructura en tres partes principales: un análisis de la situación actual, un diagnóstico de los problemas y desafíos, y una serie de recomendaciones y propuestas de acción.

ESTE CERTIFICADO TIENE UNA VIGENCIA DE UN (1) AÑO A PARTIR DE SU EXPEDICION



ABNEGACION Y DISCIPLINA

CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DE SANTA MARTA

INSTITUCION DE UTILIDAD PUBLICA LEY 12 DE 1.948

Fundado el 12 de Febrero de 1.960

Personería Jurídica por Resolución No. 193 de Marzo 21 de 1.961

Cra. 4a. No. 22-34 - Santa Marta - Colombia

NIT. 891.780.157-6

TELEFONOS:

GUARDIA: 4 211056

ALARMA 119

Comando }
Secretario } 4 212818
Departamento }
Extinguidores }

TELEFAX (095) 4 212818

Teléfono BOMBEROS

CERTIFICACION

No.

VALOR \$

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD
LOS SUSCRITOS COMANDANTE Y JEFE DE DEPARTAMENTO TÉCNICO DE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD

HACEN CONSTAR:

Que en inspección ocular efectuada por el departamento de Prevención y Seguridad en el inmueble ubicado en _____ de esta ciudad y donde funciona _____ de propiedad de _____ se pudo constatar que cuenta con extinguidores SI _____ NO _____ para la prevención y control de conatos de incendio y cumple con las Normas Mínimas de Seguridad.

En constancia se firma el presente a los _____ días del mes de _____ del 200_____

ACTIVIDAD DEL NEGOCIO: _____

NOTA: Este certificado es válido siempre y cuando cumpla con las recomendaciones y normas exigidas en el momento de su expedición.

"Tienen plazo de 30 días para adquirir los extinguidores"

Vigencia: Hasta Diciembre 31

Abnegación y Disciplina

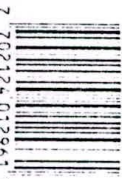
Nota No.2 No es válida como requisito para renovación de matrícula. Será utilizado para estudiantes.

CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIOS
DE SANTA MARTA
Dpto. de Prevención y Seguridad

Dpto. Prev. y Seguridad



CA - 14144054



HGP

Main body of the document, mostly blank, with faint horizontal lines suggesting a ledger or table structure.